

3 A TV e as mídias do Século XXI

A publicação do CETIC (Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação) referente aos dados do CGI.br (Comitê Gestor da Internet no Brasil) de 2008, mostra que 97% dos brasileiros possuem televisão, 86% rádio, 23% computador de mesa e 18% acesso à internet. Tais informações demonstram o poder de difusão dos conteúdos que a mídia televisiva tem em nosso país. Além disso, os números demonstram o grande poder de penetração dos representantes da chamada comunicação em *broadcasting* como o rádio e a TV, na qual os conteúdos são produzidos por um pequeno grupo de indivíduos para a recepção de muitos. Percebe-se, nesse caso, que esse modelo de *organização vertical de comando* (Preto, 2006) suprime, em termos quantitativos, os representantes de um modelo baseado em uma *organização horizontal em rede*, como é o caso da internet.

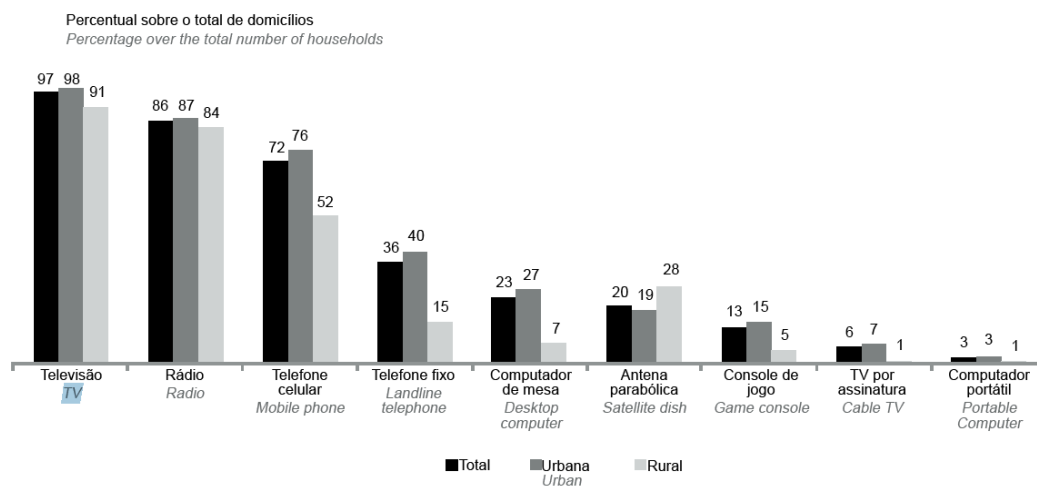


Figura 1 – Proporção de domicílios que possuem equipamentos TIC (% sobre o total de domicílios). Fonte: CETIC (Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação) referente aos dados do CGI.br (Comitê Gestor da Internet no Brasil) de 2008.

Mesmo assim, de acordo com o relatório da pesquisa “O Futuro da Mídia – as conexões de um mundo cada vez mais complexo”, publicado pela empresa de consultoria Deloitte em Abril de 2009 e direcionado às empresas de mídia e comunicação, há uma significativa mudança no comportamento dos

consumidores, principalmente no Brasil. A chamada “Era da Mídia Participativa”, na qual a produção bidirecional e sob demanda é a característica principal, molda as relações de mercado e entre os consumidores. Um dado interessante revelado pela pesquisa é que os brasileiros são aqueles que mais tempo gastam no uso de mídias em geral, sendo 82 horas por semana⁷ passadas em frente à TV, computador, rádio, aparelhos de CD, DVD, VHS, iPod, MP3, games, livros, revistas, jornais, cinema e celular. Outro dado relevante é o de que a TV é a fonte de entretenimento predileta em todos os países, exceto no Brasil. Em nosso país, assistir a filmes em casa (não incluindo obviamente aqueles que exibidos pelas emissoras de televisão) e navegar na internet por interesses pessoais ou sociais ocupam, respectivamente, a primeira e segunda posição nas atividades prediletas da amostra de 1022 entrevistados. Os brasileiros gastam 9,8 horas semanais assistindo televisão e 32,5 horas em conteúdos online, ao passo que a população dos EUA gasta 15,8 horas semanais em televisão e 17,8 em conteúdos *online*. Além disso, a experiência de assistir TV enquanto navega-se pela internet é cada vez mais comum, principalmente entre os mais jovens. A pesquisa aponta, ainda, que 2/3 dos entrevistados abaixo de 62 anos alegam executar tarefas tais quais navegar em sites, receber e enviar mensagens enquanto assistem televisão. Esse tipo de experiência sinaliza que o que é chamado de convergência entre mídias (TV no computador, rádio na TV, internet no celular, etc.) tem também o lado do usuário, que utiliza muitas das distintas opções ao mesmo tempo. Por fim, percebe-se que cada vez mais há uma maior procura e satisfação por mídias que, por um lado, são fragmentadas em conteúdo e customizadas de acordo com os valores e gostos pessoais dos indivíduos e, por outro, dão-lhes a oportunidade de interagir com seus pares durante a experiência midiática.

Em sua obra “A Sociedade em Rede”, publicada dez anos antes da referida pesquisa, Manuel Castells já retrata esse movimento de mudança conceitual na sociedade. A transição de uma “sociedade de massas” para uma “sociedade de redes” (Castells 1999) contextualiza uma possível mudança de paradigma e o fato de que temos sujeitos interativos recebendo a mensagem em *broadcasting*, referente a um conteúdo desenvolvido por poucos para muitos, caracterizador de uma mídia de massa, nos faz levantar a presença da subjetividade na interação do

⁷ Valor médio por faixa etária. A pesquisa incluiu também EUA (72,5 horas), Japão (68 horas), Reino Unido (66,4 horas) e Alemanha (61,2 horas).

receptor com a interpretação da mensagem. Castells ainda aponta que tal subjetividade é bastante explorada há algumas décadas pelas mídias de massa que possibilitam segmentação e personalização do conteúdo, como é o caso das TVs por assinatura, rádios especializadas, jornais com foco em determinado tema ou perfil sócio-econômico, entre outros. É o caso também dos aparelhos de videocassete, gravadores de DVD e dos tocadores de arquivos musicais digitais (*ipods* e *mp3 players* em geral), em que o usuário receptor dessas tecnologias tem o poder de personalizar a programação através de compilações pessoais. No entanto, todos esses exemplos ilustram uma sociedade segmentada, pautada no individualismo, e um sistema de comunicação ainda com fundamentos unidirecionais, ou seja, a transmissão de informação sem retorno ou participação.

É fundamental percebermos, portanto, que somente através da interação em redes, em uma organização horizontal de comando, alcançamos um modelo de comunicação alternativo ao que dominou grande parte do século XX, através da introdução do retorno do receptor ao transmissor da mensagem, tendo a participação colaborativa como elemento viabilizador da interatividade. Também é importante ressaltar, como afirmamos no capítulo introdutório desta dissertação, que esse modelo horizontal e de características opostas ao modelo tradicional de TV, não necessariamente é o adotado pela TV Digital ou a chamada TV interativa. Se traçarmos um paralelo às teorias educacionais, o modelo em redes pode ser comparado aos ideais construtivistas, com foco na interatividade e na aprendizagem, em oposição à “educação broadcasting” ou a criticada “educação bancária” (Freire, 1983), focada na transmissão (“depósito”) do conhecimento. Vale ressaltar também que a promoção de um modelo horizontal de comando ou de uma sociedade em rede não implica em uma superação do modelo de sociedade capitalista caracterizado pelas disparidades sócio-econômicas. Implica sim na superação do paradigma comunicacional baseado no domínio cultural de pequenos grupos detentores do poder de transmissão da mensagem sobre grandes grupos receptores.

Os dados revelados pela pesquisa de mercado da Deloitte citada anteriormente e a indicação do início de uma “*Era da Mídia Participativa*”, além das evidências do surgimento de uma Sociedade em Rede como indica a obra de Castells, parecem apontar o caminhar nesse sentido. Contudo, é mister discutir as diferenças entre participação e interação. Uma mídia participativa não

necessariamente é uma mídia interativa, pois a diferença crucial está no poder de influência do receptor sobre o conteúdo transmitido. Trabalhos do campo educacional discutem com propriedade a questão da autoria em mídias digitais, principalmente quando relacionados a ambientes virtuais de aprendizagem (Rosado, 2008). O surgimento da Web 2.0⁸ trouxe novos recursos e significados ao virtual e a construção de uma *inteligência coletiva digitalizada*, ou seja, uma mesclagem de papéis entre o produtor e o receptor da informação. De acordo com Rosado, sobre tal mudança relacional no binômio *emissor-receptor*:

“Essa mesclagem de papéis, representada nas palavras de Lemos como *liberação do pólo de emissão* vai marcar a cibercultura, ou seja, a cultura contemporânea permeada pelas tecnologias digitais, em um mundo que a cada dia apresenta um maior estado de interconexão no qual as memórias e ações humanas são registradas e compartilhadas em tempo real, formando uma *inteligência coletiva digitalizada*” (Rosado, 2008, p.332).

Sendo assim, a existência de um espaço no qual a construção coletiva de conteúdos prevê o receptor como autor ou co-autor da mensagem media os modos de recepção dos usuários das novas mídias digitais, na qual se inclui a TVD. Nesse caso, é fundamental atentar para a já citada diferença entre participação e interação. Mesmo sem ainda discutir as diversas interpretações para os termos interação e interatividade, já é possível concluir que uma mídia que não promove nada mais do que a participação do receptor não é a mesma que promove a mesclagem de papéis entre produtor e receptor da informação.

É importante ressaltar que, conforme já sublinhamos no primeiro capítulo, algumas apropriações inadequadas do termo digital nos levam a concluir que uma vez que uma tecnologia é digital, a mesma está inserida no conjunto daquelas que promovem interações bidirecionais entre emissor e receptor do conteúdo e um modelo de comunicação *todos-todos* (Lévy, 1999). A construção coletiva de conteúdos sublinhada anteriormente, por exemplo, é uma característica inerente ao ciberespaço e não necessariamente a todas as tecnologias digitais. A televisão, mesmo digitalizada e interativa, não deixa de lado sua origem de mídia de massa.

⁸ “Web 2.0 é um termo criado em 2004 pela empresa estadunidense O’Reilly Media para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a “Web como plataforma”, envolvendo wikis, aplicativos baseados em folksonomia, redes sociais e Tecnologia da Informação. Embora o termo tenha uma conotação de uma nova versão para a Web, ele não se refere à atualização nas suas especificações técnicas, mas a uma mudança na forma como ela é encarada por usuários e desenvolvedores, ou seja, o ambiente de interação que hoje engloba inúmeras linguagens e motivações.” (Fonte: *Wikipedia*, acesso em 05/05/2010).

Canitto (2009) defende a idéia de uma TV Digital que se reafirma no universo das demais mídias quando justamente assume suas características peculiares como a recepção coletiva de um mesmo conteúdo e não quando tenta se equiparar com as outras mídias digitais nos aspectos de autoria coletiva e interatividade plena. Investigando os postulados do SBTVD, suas aplicações em potencial e o que pensam aqueles que produzem e recebem conteúdo televisivo podemos chegar a conclusões mais efetivas sobre essas questões.

Além disso, vale ressaltar também que um modelo de televisão aberta e gratuita, como o que temos atualmente, no qual as emissoras produtoras de conteúdo mantêm um modelo de negócios baseado em receita de comerciais pagos, não permite total gerência ou influência no conteúdo pela via do telespectador receptor. Uma TV terrestre gratuita, seja com fins comerciais (visando lucro), seja governamental (baseada em orientações político-ideológicas), não possui espaço para a “liberação do pólo de emissão”. Dessa forma, no sentido de discutir o papel da TV Digital, interativa, no contexto da cibercultura, das já estabelecidas relações nos ambientes virtuais interativos da internet e das próprias concepções que são inerentes ao seu modelo de negócios, aprofundaremos a discussão conceitual de interatividade e TV interativa no capítulo 4 deste trabalho.

Por fim, o cenário criado pelas demais mídias digitais, as quais nos referimos aqui também como Novas Tecnologias da Comunicação e Informação (NTIC), no contexto do surgimento do SBTVD é bastante significativo. Além de jovens preferindo assistir filmes no computador e navegar pela internet, como indicam os dados quantitativos, o conteúdo da TVD surge ao lado de vídeos sob demanda, celulares com acesso à internet de qualquer lugar (tecnologia 3G), comunidades e redes sociais virtuais, telas sensíveis ao toque, jogos eletrônicos cada vez mais similares a filmes, entre outros elementos nem sequer imaginados no surgimento da televisão. Sem discutir a questão da preferência do telespectador mediante as demais mídias, é fato que a TV, além da sua própria digitalização, busca seu papel social em um mundo totalmente digitalizado e diferente daquele de sua criação.

3.1 A metamorfose da televisão no Brasil.

Percebemos através das informações pontuadas na seção anterior que os jovens brasileiros não têm a televisão como o tipo de mídia mais utilizado no seu dia-a-dia. Encontramos pistas para os motivos que levam a esse relativo abandono do “epicentro cultural da sociedade” do século XX (Castells, 1999) no aumento do acesso a conteúdos online, mídias participativas e no movimento de transição de uma sociedade de massas para uma sociedade em redes.

Nesse contexto, acompanhamos uma significativa mudança conceitual e tecnológica nos últimos anos para a mídia televisiva: a introdução do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre⁹ (SBTVD). Assim, a primeira década do século XXI no Brasil foi marcada pelo desenvolvimento das discussões sobre a implementação do SBTVD, significando a implantação da TV digital aberta e a substituição, dentro de alguns anos, de todo o sistema analógico atual pelo modelo digital. A década que se segue tem tudo para ser marcada pela descoberta dos modos de utilização dessa TV digitalizada e sua alocação (ou realocação) mediante as demais mídias sob o ponto de vista do consumidor do conteúdo televisivo.

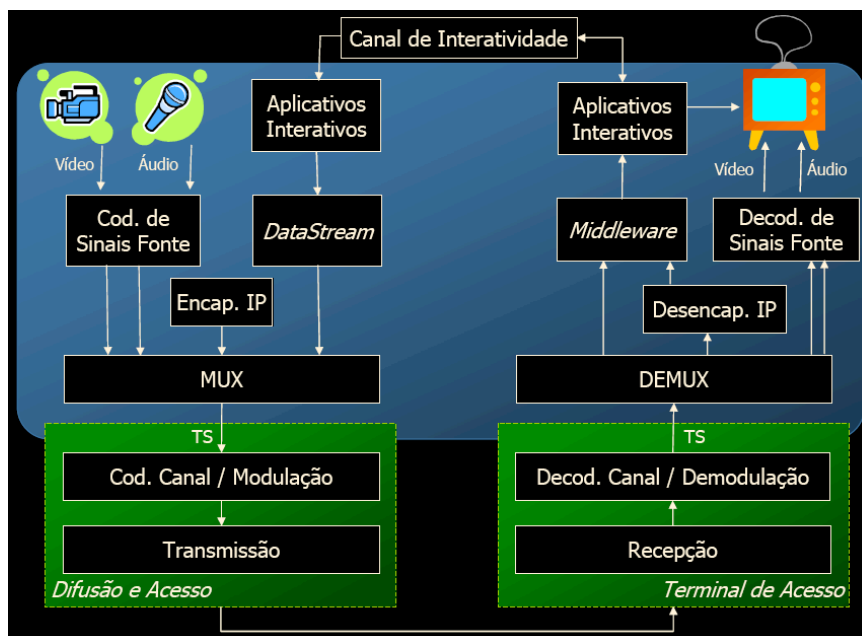


Figura 2 – Fluxograma de transmissão e recepção de TV Digital – padrão brasileiro.

⁹ O termo terrestre é utilizado para diferenciar a transmissão e recepção da TV aberta via antenas internas ou externas de UHF das TVs por cabo ou satélite, em grande parte representadas pelas prestadoras de serviços por assinatura.

Além das especificidades tecnológicas, que serão explicitadas a seguir, o grande ganho que a TV Digital proporciona, à primeira vista, à sociedade é levar a qualidade técnica e as possibilidades da tecnologia digital, já implementada por outras vias como TVs por assinatura, mas de forma gratuita¹⁰, aberta e direcionada àqueles que já estão sob o alcance da TV analógica que são, como vimos, 97% da população brasileira. Em outro plano, vale dizer também que a TV Digital proposta pelo Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre¹¹ diferencia-se das soluções encontradas em TVs por assinatura, tanto em termos técnicos quanto conceituais. Sendo assim, para esclarecer os aspectos tecnológicos envolvidos, é importante mencionar as principais características do padrão brasileiro para que, desse modo, possamos avançar, posteriormente, com base em tais informações, na direção dos questionamentos que nos interessam para o desenvolvimento deste trabalho.

A discussão entre os diversos segmentos da sociedade participantes do Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre levou o padrão brasileiro ao reconhecimento de excelência internacional. Por ser resultado de estudos que incluíram análises dos pontos fortes e fracos dos demais padrões já estabelecidos no mundo, o SBTVD, cujo nome de especificação técnica é ISDB-Tb, é classificado por muitos como o padrão mais avançado do mundo. O padrão brasileiro é uma adaptação do padrão japonês, visto que esse era o sistema de normas que mais se adequava à geografia e especificidades do Brasil.

Entre as especificações técnicas, estão os padrões de transmissão e codificação¹² de áudio, vídeo e dados. A possibilidade de imagem em alta definição e som *surround*¹³ são elementos que agregam maior imersão do telespectador à experiência televisiva. A grande novidade, entretanto, está na transmissão de informações extra (dados) junto às de áudio e vídeo. Tal fato, em conjunto com a implementação de um “canal de retorno” ou “canal de interatividade”, possibilita o retorno de informações construídas pelos

¹⁰ Vale ressaltar aqui que nos referimos à gratuidade da transmissão e recepção do conteúdo televisivo, não incluindo os equipamentos necessários para exibição, como conversores, decodificadores e aparelhos de TV compatíveis.

¹¹ “O decreto presidencial 5.820, que dispõe sobre a implantação do sistema de televisão digital para o Brasil, previu a criação de um Fórum de TV Digital para assessorar o Comitê de Desenvolvimento acerca de políticas e assuntos técnicos referentes à aprovação de inovações tecnológicas, especificações, desenvolvimento e implantação do sistema de televisão digital no Brasil”. Entre seus membros estão os setores de radiofusão, indústria e recepção, acadêmico, indústria de transmissão e indústria de software. (fonte: <http://www.forumsbtvd.org.br>)

¹² A informação digital precisa ser “empacotada” para a transmissão e recepção. Daí surgem opções por formas diferentes de compressão e organização das informações e os respectivos padrões internacionais como MPEG, AAC, etc.

¹³ O padrão brasileiro possibilita a reprodução de áudio em multi-canal (5.1), como em salas de cinema e home theaters.

telespectadores às emissoras. Tecnicamente, tais informações são gerenciadas por uma camada de software chamada *middleware* e o Fórum brasileiro escolheu a implementação Ginga, desenvolvida pela PUC-Rio e UFPB como padrão. A Figura 2 mostra um diagrama com o fluxo das informações entre transmissor e receptor de conteúdo, incluindo a interatividade mediada pelo Ginga. Fisicamente, para o telespectador, o Ginga ficará em um aparelho chamado set-top box (popularmente chamado de “conversor”, por também realizar conversões de formatos, inclusive para o analógico), que poderá ser acoplado a qualquer televisor, desde os mais antigos até os mais recentes. A já mencionada questão da qualidade, portanto, será dependente do aparelho e não da recepção. Vale dizer também que as informações retornadas pelo canal de interatividade ainda serão mediadas pelas emissoras e detentoras da exibição do conteúdo, fato que diferencia esse tipo de interatividade daquela experimentada através da internet.

Outro assunto que gera bastante discussão é a utilização dos 6 MHz disponíveis para cada emissora. Assim como na TV analógica, na TVD existe um espaço no espectro de frequências reservado para as emissoras ocuparem com a exibição de seus conteúdos. A questão é a forma como cada uma irá ocupar, visto que com o espaço padronizado (banda de 6 MHz) há tanto a possibilidade de diversos conteúdos com a qualidade “comum” (SDTV¹⁴) quanto com um conteúdo com alta definição (HDTV¹⁵). Não vamos entrar no momento no mérito da discussão do compromisso entre diversidade de conteúdos *versus* qualidade técnica, mas ressaltamos que impedimentos normativos, legais e de interesse de mercado e das grandes corporações de televisão mediam a padronização para ocupação da banda. No momento, somente canais governamentais estão autorizados a transmitir mais de um tipo de conteúdo simultaneamente. Segundo publicação no site TelaViva¹⁶,

“No Brasil a multiprogramação só é permitida às emissoras ligadas à União (que é o poder concessionário, e portanto não precisa de novas outorgas). A TV Cultura de São Paulo também transmite três programações em sua frequência digital, o que foi possível graças a uma autorização concedida pelo Ministério das Comunicações, para fins de teste”. (*website* TelaViva, 2010)

¹⁴ Standard Definition Television – imagem e som em definição padrão e tela com relação 4:3.

¹⁵ High Definition Television – imagem e som de alta definição e tela em wide screen (16:9).

¹⁶ <http://www.telaviva.com.br/News.asp?ID=173800&Chapeu=> (acesso em 12/04/2010)

O que parece, no entanto, ser o projeto mais utilizado pelas demais emissoras para a transmissão digital é a ocupação da banda com o mesmo conteúdo em versão HDTV e LDTV¹⁷ (baixa definição destinada ao conteúdo 1-seg para dispositivos portáteis como celulares, palms, etc.), juntamente com os dados para interatividade.

A metamorfose que acusamos estar sofrendo a televisão acontece, portanto, em diversas instâncias. Nos parágrafos anteriores ficou evidente que a TV vem se transformando nas esferas do menor interesse dos jovens por esse tipo de mídia, da qualidade de imagem e som, da introdução da interatividade e da sua adaptação a dispositivos móveis. Cabe a nós investigar em que planos essa transformação ou reafirmação da TV no contexto social pode afetar processos educacionais e culturais.

3.2 Políticas públicas relacionadas

A televisão transforma-se também no eixo das políticas públicas, pois a TV Digital é vista para o Governo Federal como forma de levar a qualidade plena de recepção televisiva a toda a população atingida pela TV aberta. É princípio fundamental de qualquer tecnologia digital a ausência de perda nas informações armazenadas ou transmitidas. Nesse tipo de tecnologia, ao invés de armazenarmos ou transmitirmos diretamente um sinal elétrico sujeito a interferências (ruídos) como acontece no domínio analógico, armazenamos ou transmitimos números (dígitos) que, ao serem recuperados, garantem a integridade das informações. A transmissão de TV Digital tem característica: ou temos sinal recebido com qualidade máxima, ou não temos nenhum sinal. Sendo assim, pode-se concluir que, em qualquer local onde houver um televisor recebendo imagem e som digitais, esses serão imunes a ruídos e interferências, uma vez que as condições mínimas para recepção forem estabelecidas. Todo sinal transmitido enfraquece com a distância e com as reflexões que sofre no caminho entre a antena

¹⁷ Low Definition Television – baixa definição para dispositivos portáteis.

transmissora e a antena receptora. No entanto, os “chuviscos”, “fantasmas” e “chiados” recorrentes nas regiões onde vivem as camadas da população de menor nível sócio-econômico não fazem parte da realidade da TV Digital terrestre. Obviamente, as diferenças entre os aparelhos de TV são relevantes no aproveitamento máximo de todo o potencial de qualidade técnica do sistema brasileiro. Um televisor comum com um *set-top box* receberá o sinal digital sem interferências, porém apenas aparelhos de alta definição são capazes de exibir todos os detalhes possíveis. A inclusão está no conteúdo e não na alta-definição.

Um outro pólo de grande importância e de atenção das políticas públicas é a interatividade. Baseado em estudos que revelam a importância de elementos como a participação e a interatividade como auxílio no desenvolvimento de processos mentais, principalmente os infantis¹⁸, a intenção do governo é levar uma mídia interativa às camadas menos favorecidas da população. Como já vimos, apenas uma pequena parte da população (18%) tem acesso à internet - mídia interativa por excelência – e uma menor ainda (6%) a TVs por assinatura. Novamente de acordo com os dados do CETIC, a razão mais recorrente para um indivíduo não ter acesso à internet em casa é o custo elevado (54%), fato que mostra o sentido da esperança do governo na TV Digital aberta e interativa.

O que desconfiamos, entretanto, é que o nível de interatividade viabilizado pela TV Digital não é adequado às necessidades e atividades dos jovens que personificam a sociedade em redes e a era da mídia participativa. Sabemos que o grande diferencial da televisão em relação às demais mídias é a transmissão de um mesmo conteúdo para diversas pessoas ao mesmo tempo, fato jamais alcançado por vias como a internet, porém, a produção de conteúdo, autoria e participação efetiva, como já discutimos neste capítulo, são muito difíceis de serem atingidas pelo modelo proposto atualmente. Um dos objetivos deste trabalho é investigar qual papel a TV deseja ocupar no novo contexto social e quais são as representações sociais de uma TV Digital interativa para os jovens que vivenciam e demandam mídias efetivamente interativas. Mais uma vez, vale sublinhar a diferença, antes de conceitual, semântica entre interação e participação.

¹⁸ Baseamo-nos nos estudos de Vygotsky para a Psicologia do desenvolvimento e na Teoria da Atividade (Davidov, Leontiev) para concordar e ratificar o argumento sobre a importância da interatividade no desenvolvimento dos indivíduos. Vale dizer, no entanto, que desconhecemos os fundamentos teóricos que deram base ao posicionamento do governo.

3.3

A convergência e a transmídia como novos conceitos da mídia no século XXI

Com a introdução e a mais freqüente utilização das mídias digitais, os produtores de conteúdo passaram a visualizar novas possibilidades para a construção de produtos e narrativas. Primeiramente, a tão falada convergência de mídias ou convergência digital aponta para uma cada vez menos perceptível identificação entre a plataforma e o seu respectivo tipo de mídia. Antes para se ouvir um determinado programa de rádio era necessário utilizar um aparelho de rádio; para assistir televisão, somente através do televisor; para acessar a internet, somente no computador, e assim por diante. Agora, nada mais usual do que ouvir música pelo computador, celular ou assistir TV usando o computador através da internet, ou até mesmo pelos celulares e *smartphones*.

Para além da convergência dos meios e dos dispositivos, percebe-se que instâncias culturais passam também a se modificar como, por exemplo, o fato de que boa parte dos telespectadores passam a buscar em meios alternativos à televisão informações complementares àquelas exibidas na transmissão, na maioria da vezes via internet (computadores tradicionais, *notebooks*, celulares, entre outros dispositivos com acesso). Por vezes, o próprio conteúdo televisivo indica outras formas aprofundamento e imersão no conteúdo, seja através do próprio apresentador, seja através de *links* na tela ou até mesmo em interfaces de interatividade como no caso da TV Digital. De maneira geral, temos um indicador de que não só o receptor da informação passa a ter uma postura mais ativa diante do conteúdo, como também há um movimento de adaptação dos produtores de conteúdo a esse novo receptor.

Como referência do tema da convergência, o pesquisador Henry Jenkins em sua obra “Cultura da Convergência”, afirma tratar, em um contexto mais amplo, da “convergência dos meios de comunicação, da cultura participativa e da inteligência coletiva” (Jenkins, 2008). Conceitualmente, o autor define o fenômeno da cultura da convergência como:

“Fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiência de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando.” (Jenkins, 2008, p.27)

Transcendendo o conceito de convergência, a narrativa transmídia ou apenas transmídia (na língua inglesa, também chamada de *transmedia storytelling*) é um conceito muito usado atualmente o qual indica a utilização pelos produtores de conteúdo de diversos tipos de mídia simultaneamente para criar uma narrativa complexa e multifacetada. Uma das primeiras referências a esse conceito está também na obra “Cultura da Convergência” (Jenkins, 2008), no qual o programa de TV *Lost* e o filme *Matrix* são dados como exemplo de produções que utilizam esse tipo de narrativa. Segundo Canitto,

“Henry Jenkins (2008) define a narrativa transmídia como referência ao surgimento de uma nova estética que responde à convergência das mídias, exigindo mais de seus consumidores e das comunidades ativas de conhecimento. Para o autor, esse tipo de narrativa está intimamente ligada à criação de um universo ficcional, no qual seja possível viver uma experiência plena, em que os consumidores assumam diferentes papéis e persigam a história por diversos meios, compartilhando ou comparando suas observações com as de outros fãs, o que asseguraria uma experiência de entretenimento mais rica.” (Canitto, 2009, p. 193 - 194)

Ainda de acordo com Jenkins, “Uma narrativa transmídia se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (Jenkins, 2008, p. 135). Dessa forma, concluímos que a transmídia utiliza parâmetros da convergência de mídias, principalmente com o suporte dos recursos das novas mídias digitais, para compor uma experiência diferenciada e expandida a um espectador mais imerso no conteúdo e na narrativa.

Em um painel de discussão no congresso NAB (2010, EUA), chamado “*Unboxing Advertising and Entertainment: Building a Transmedia Experience*” e documentado por Geoff Poister, executivos e produtores pontuam os impactos de produções transmídia em TV na participação dos telespectadores e no conseqüente aumento da audiência. Ian Sander, produtor executivo da série *Ghost Whisperer*, afirma que “nós temos que começar a olhar para a TV como um

componente de uma experiência total que envolve a internet” (Daily News NAB show, 2010, p.67). Além de *Lost*, as séries *Heroes* e *Alias* são apontadas também como exemplos de narrativas transmidiáticas.

No entanto, o que mais chama atenção para as discussões travadas é o conceito de transmídia como uma forma de definir o novo cenário em que as mídias não pertencem mais somente às suas respectivas plataformas e que o conteúdo, mesmo que sobre o título do mesmo programa, pode ser customizado para cada plataforma ou mídia. Jeff Gomez, produtor transmídia do filme *Avatar* e CEO da *Starlight Runner Entertainment*, considerado o “papa da transmídia”, em palestra a profissionais de televisão, ressalta que a convergência em produções transmídia é feita pelo público e não pela plataforma, ou seja, cada plataforma tem um conteúdo diferente que, dependendo da criatividade dos produtores, encaixa-se na forma de uma narrativa geral. Em suas palavras, transmídia “é mais do que uma plataforma cruzada, é desenvolver a história, com enredos e elementos específicos para cada plataforma”¹⁹. O mesmo conteúdo exibido em mídias diferentes como, por exemplo, um capítulo de uma mini-série visto pela internet ou pelo celular, sem nenhuma adaptação narrativa à plataforma, pode ser dado como exemplo de convergência, mas jamais de transmídia.

O depoimento abaixo mostra uma interessante experiência que aponta para uma tendência de aplicações que transcendem a TV como mídia unívoca:

“eu não sou professor, mas pelo que eu entendo de TV digital eu acho sim que futuramente, quando esse tipo estiver disponível a todos, poderá e muito contribuir para a educação e disseminação do conhecimento. Em 2008 fui a um congresso (ENECOMP), e um grupo de estudantes estavam desenvolvendo um software para a interação entre torcedores durante um jogo de futebol, cada um em sua casa, através da televisão. Eles poderiam conversar, trocar de lugar no estádio virtual, e outras coisas.... Ou seja, a TV digital tem um longo caminho pra percorrer, e eu acredito que a longo prazo poderá auxiliar muito na educação, assim como a internet.” (licenciado em computação)

Atentando para o paralelo estabelecido no depoimento sobre a TV Digital e a Internet, devemos lembrar alguns pontos discutidos nas seções anteriores. Primeiramente, destacamos que a Internet é um meio interativo por natureza, uma vez que seu fluxo de informações só avança com a interação do usuário, ao passo

¹⁹ Fonte: Globo.com. <http://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/2010/02/rede-globo-promove-workshop-com-autor-do-projeto-transmidia-de-avatar.html>. Acesso em 15/03/2010

que a TV tem por natureza o fluxo corrente de informações de áudio e vídeo. Sabemos também que questões como a autoria, interatividade plena e modelo de comunicação *Todos-Todos*, são características da Internet, principalmente em ambientes *Web 2.0*, que encontram sérias limitações na essência da TV como mídia, amplificadas quando tomamos como referência a relação *emissor-receptor*. Para além dessa comparação, uma vez sendo assimiladas as diferenças e os potenciais de cada mídia, é possível construir ambientes educativos transmídia nos quais os sujeitos da aprendizagem possam percorrer caminhos em que as nuances de cada experiência midiática são utilizadas da melhor forma na construção de uma experiência rica e positiva no que diz respeito ao processo educativo. É exemplo desse tipo de experiência a situação descrita na declaração em que telespectadores em locais geograficamente distintos interagem através de dispositivos conectados à internet, interfaceados pela interatividade do programa de televisão.

Fez parte da investigação deste trabalho o estudo de exemplos de produções transmídia, porém julgamos que o momento ideal para abordar com mais detalhes os resultados seja nos próximos capítulos, após apresentar os conceitos de interatividade com os quais operamos, os aspectos da interatividade no SBTVD e da portabilidade.

3.4

A TV Digital brasileira e a cultura da convergência

Estudamos neste capítulo o contexto das tecnologias da informação e da comunicação diante da introdução das novas mídias e as conseqüentes novas formas de uso e interação com os conteúdos produzidos através delas. Vimos também que no Brasil a TV, em plena metamorfose devido à introdução na sociedade de sua versão aberta e gratuita digitalizada, não é mais preferência principalmente entre os cidadãos mais jovens. A TV não somente não é mais a forma de entretenimento predileta entre os brasileiros, como também eles gastam menos horas em frente à TV do que acessando a internet. A emergência de uma

sociedade em redes em um modelo de comunicação *todos-todos*, indo de encontro ao modelo *um-todos* que caracteriza uma *sociedade de massas*, nos faz repensar o papel da TV e seu modelo comunicacional essencialmente *broadcasting*, ou seja, baseado em uma *organização vertical de comando (um-todos)*. Classificada pelos estudiosos em comunicação e mídia-educação entre as “velhas” mídias, assim como o jornal impresso e o rádio, a televisão apresenta em sua forma digital perspectivas de reinvenção e adaptação a um mundo e sociedade bem diferentes daqueles de sua invenção há mais de 100 anos.

No Brasil, três anos após o início de sua implantação, o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (a TV Digital aberta e gratuita), começa a traçar seus caminhos e a gerar as primeiras discussões práticas relacionadas a conteúdo e possibilidades reais. Entre as características que diferenciam a TV Digital da TV analógica podemos destacar: alta-definição, multiprogramação, interatividade e portabilidade. O padrão brasileiro, embora seja um sucesso normativo internacional, ainda não permitiu, como já mencionado, a introdução de elementos como a tão esperada interatividade. Na esfera política, negociações entre governo, indústria e as grandes emissoras ainda não deixaram evidentes as estratégias adotadas para recursos como a multiprogramação. Sendo assim, o grande atributo da TV Digital aberta até agora parece ser somente a chegada a algumas regiões remotas de um sinal com imagem e som de qualidade.

A interatividade no SBTVD e o seu ícone, o *middleware* Ginga, são usados em argumentos políticos que aproximam a TVD da internet, uma vez que afirmam que os cidadãos atingidos pela TV Digital (espera-se quase 100% como é o caso da recepção analógica) terão na TV interativa todas as vantagens e possibilidades da interatividade alcançada via *web*. No entanto, vimos também neste capítulo que as novas mídias e, principalmente, os novos sujeitos receptores de mídia, tornam possíveis um tipo de experiência midiática que vai além dos dispositivos. Além da interatividade plena e bidirecional, permitida por enquanto somente pela chamada Web 2.0, a convergência entre as mídias e a narrativa transmídia apresentam-se como conceitos que tornam evidente que a televisão não é mais o “epicentro cultural de nossa sociedade” (Castells, 1999) e sim faz parte de um universo da qual ela é apenas um dos elementos. Contudo, através da sua digitalização e a conseqüente introdução de novos recursos e possibilidades, a TV não só pode se reinventar como também pode enxergar nas características que lhe são peculiares

sua função em uma sociedade que caminha para a quebra do paradigma no qual esse próprio meio de comunicação se fundamentou. Há uma nova TV surgindo através dela mesma, pelos contextos das novas mídias digitais que compartilham o cenário dos meios de comunicação contemporâneos e pelas próprias demandas da Sociedade do século XXI. Para Canitto (2009), a TVD redescobre o seu papel fundamental, se impondo no universo dos meios de comunicação por via das características que lhe são particulares como, por exemplo, a exibição de um único conteúdo simultaneamente para muitos receptores. Segundo o autor, a TV Digital é “‘mais TV’ do que nunca”.

Dado tal momento de repensar a televisão como mídia e sua função sócio-cultural, uma vez que muitos superestimam a digitalização da TV aberta e outros subestimam a existência de potenciais positivos, compartilhamos a tese de Canitto no que diz respeito ao potencial que a nova TV tem exercer o papel de TV, ressaltando, no entanto, que a composição de um universo midiático na qual a TV Digital é somente um dos elementos obriga um estudo nosso de potencialidades desse meio, considerando esse contexto no qual está inserido. Uma vez que o telespectador, obviamente com influência da faixa etária, assiste TV enquanto navega na internet e usa o celular, para depois discutir o conteúdo tanto no barzinho quanto em redes sociais virtuais ou até mesmo buscar conteúdos complementares, não podemos estudar potenciais educacionais e culturais da TV Digital isolando a mesma em seu universo particular.

Sendo assim, discutiremos nos próximos capítulos, a partir do que chamamos de quatro postulados da TV Digital: a alta-definição, a multiprogramação, a interatividade e a portabilidade, as relações com as interfaces dos campos da cultura e da educação. Naturalmente, nosso recorte se dará nos dois últimos, uma vez que têm relação direta com as instâncias culturais as quais investigamos neste trabalho.