

## Morte ou Vida, Severina? A Influência do Digital na Busca por uma Televisão Renovada<sup>1</sup>

Deisy Fernanda FEITOSA<sup>2</sup>

Sérgio BAIRON<sup>3</sup>

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### Resumo

A televisão ganha a sua versão digital, e todos os setores produtivos envolvidos com o meio se veem diante de um cenário convergente, formado por pessoas que adquiriram novos hábitos e exigências através da cultura digital. Diante disso, alguns teóricos chegam a preannunciar o fim da televisão. Ao seguirmos os estudos de Jay David Bolter, Richard Grusin e de Alberto Marinelli podemos entender, no entanto, que é o fim apenas de uma fase do veículo, que passa a englobar características de outros meios para garantir a própria sobrevivência. Pois sobreviver nestes dias significa seguir as tendências dos novos tempos, abrir-se ao dialogismo e explorar melhor as potencialidades da própria televisão, a partir das incrementações tecnológicas que tem recebido.

**Palavras-chave:** televisão digital; remediação; inovação tecnológica; o futuro da televisão; convergência digital.

### Introdução<sup>4</sup>

Neste artigo busco refletir sobre as implicações sociais e tecnológicas trazidas pelo sistema digital à televisão, pois o digital abre caminhos, também, para uma era da televisão além do *broadcast*, que proporciona novas modalidades de ver TV e oferece ferramentas capazes de atender às novas exigências dos jovens e adultos integrantes da cultura digital. Procuo olhar não apenas para as vantagens tecnológicas, mas identificar as novas possibilidades de fruição da mídia. A linguagem televisiva, que absorveu tantas outras, também influenciou significativamente, assim como o cinema e o rádio, para que nos tornássemos os "seres midiáticos" que somos hoje, quando unimos aquilo que aprendemos com as ferramentas disponíveis atualmente, de forma construtiva ou não, com amadorismo<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, e-mail: [deisyfernanda@usp.br](mailto:deisyfernanda@usp.br).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor da ECA-USP, e-mail: [bairon@usp.br](mailto:bairon@usp.br)

<sup>4</sup> Este artigo é parte da tese de doutorado "A televisão na era da convergência digital das mídias: uma reflexão sobre a comunicação comunitária", defendida pelo autor, no PPGCOM ECA-USP, em julho de 2015. Processo nº 2012/20856-4. Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP)

<sup>5</sup> Pois nos parece que hoje o conteúdo prevalece sobre a forma ou a estética da imagem e do enquadramento.

ou não. Basta acessarmos qualquer vídeo publicado no YouTube, feito por um *producer* da comunidade, para percebermos uma evidente influência da televisão no enquadramento das imagens, formato e objetos de cena, na postura do apresentador ou na narrativa escolhida para o vídeo. Por isso, acreditamos que a televisão do futuro, mesmo remodelada, manterá alguns elementos linguísticos que deram vida aos formatos e gêneros de programas da televisão analógica, fazendo com que o veículo de comunicação fosse reconhecido por qualquer pessoa como “televisão”.<sup>6</sup>

Derrick de Kerckhove (1995), no livro *A pele da cultura: investigando a nova realidade eletrônica*, anunciou a fagocitose da televisão pela rede de computadores, ou seja, a sua diluição na liquidez da rede. Negroponte (1995), por sua vez, previu que a codificação em bits dos sinais de transmissão da TV afetaria de forma significativa um modelo de negócios linear que, por décadas, tem definido a transmissão de conteúdos baseada no controle temporal, na decisão dos *broadcasters* e dos anunciantes. As preferências do público e a sua decisão sobre o tempo de assistir determinados conteúdos, segundo ele, tenderiam a ser, enfim, priorizadas.

Os bits que informam sobre bits vão produzir uma mudança completa nas transmissões televisivas. Eles proporcionarão um gancho por onde agarrar o que for do seu interesse, e dotarão a rede de um meio de despachar bits para quem quer que os queira, esteja onde estiver. As redes vão afinal aprender o que é de fato uma rede. (NEGROPONTE, 1995, p. 156)

Parece-me que Negroponte estava com a maior parte da razão. No artigo "A televisão depois da televisão", Marinelli (2012) frisa que a metáfora da "televisão depois da televisão" é uma expressão abstrata, que nos leva a pensar em inúmeras possibilidades da TV, inclusive sobre a sua evolução, e não apenas sobre desaparecimento do formato *broadcast*, que coroou a TV como um *medium mainstream* (meio dominante) num reinado de mais de cinco décadas. Essa evolução estaria diretamente ligada, segundo o estudioso, com a entrada no mercado televisivo de agentes pertencentes ao mercado digital e da web, que acabam por reproduzir princípios da web nas ferramentas que desenvolvem para a televisão. As vantagens competitivas dos *players* oriundos do mercado tecnológico em relação àqueles do mercado *broadcaster* e das empresas de mídia tradicionais, de acordo com Marinelli, vão muito além do controle do *hardware* e do *software*, pois são desenvolvidos

---

<sup>6</sup> É preciso lembrar que a televisão, por sua vez, recebeu muitas influências da linguagem do rádio que ainda hoje podem ser reconhecidas.

considerando as práticas de consumo em rede e a cultura participativa. Isso obriga desenvolvedores e produtores de televisão a começarem a absorver os novos hábitos para que consigam garantir e, até, conquistar o seu espaço dentro da cultura digital. "A televisão, que está se hibridando com tecnologias de rede, deverá ser capaz de dialogar de forma contínua e profunda com esses públicos e demonstrar que é capaz de renunciar à 'verticalidade' e à tendência 'prescritiva', inerente à estrutura clássica do meio." (MARINELLI, 2012, p. 12, tradução nossa). O que significa que certos elementos narrativos que compõem a "estrutura clássica" da TV devem sofrer uma atualização<sup>7</sup>, não apenas a partir das incrementações que permitiram uma reprodução em grande escala dos seus conteúdos e canais e da ampliação de dispositivos de recepção do seu sinal, mas principalmente pelo posicionamento dos seus consumidores, que, ao se tornarem membros da cultura digital, passam a ter novas demandas e hábitos de consumo. Tudo isso interferirá inevitavelmente na produção de TV. Marinelli (2012) convida os produtores da TV *broadcast* a reconhecerem que novos tempos chegaram, que o conteúdo prevaleceu sobre a forma, pois as experiências de visão se ampliaram, e que é preciso assumir uma nova postura estratégica para a horizontalização desse meio, abrir-se à cocriação, aprender a seguir uma era comunicacional que conta com um envolvimento "independente, indisciplinado e reticular" de um público atuante, curador e apaixonado.

Isso envolve o reconhecimento de que uma parte cada vez mais importante para o sucesso de um produto de televisão não está confiada à potência de transmissão do canal, mas à capacidade de suscitar identificação e ativar percursos interpretativos e criativos que podem representar um elemento de comunicação e de intercâmbio social. Conceber o meio TV como um meio de engajamento significa dar articulação operacional e produtiva para o desejo do público em contribuir de diferentes formas para a construção do mesmo programa, fechando o círculo de reconhecimento mútuo entre aqueles que fazem televisão e aqueles que querem cooperar para interpretar e criar o sentido disso que está acontecendo na tela. Também implica uma forte inversão em relação ao modo pelo qual a televisão *broadcast* observa o público e o valoriza no próprio modelo de negócios. (MARINELLI, 2012, p. 29)

---

<sup>7</sup> Se seguirmos o pensamento de Benjamin, é possível entender a "atualização" de um objeto reproduzido como uma consequência inevitável do processo de reprodutibilidade: "Na medida em que ela [a técnica] multiplica a reprodução, substitui a existência única da obra por uma existência serial. E, na medida em que essa técnica permite à reprodução vir ao encontro do espectador, em todas as situações, ela atualiza o objeto reproduzido" (BENJAMIN, 1994, p. 168). Portanto, a televisão (que se torna ubíqua) sofre uma atualização oriunda do processo de sua "reprodutibilidade" em âmbito digital e, ainda, remedia elementos da internet – como suas narrativas – e da cultura digital.

As pessoas estão mais decididas do que nunca a pressionar os grandes veículos de comunicação a ter intenções mais honestas, com base no interesse coletivo e, paralelamente, se preciso for, estão dispostas a produzir conteúdos e compartilhar aquilo que julgam ser de interesse público. Cansadas de esperar pelos meios de comunicação, aprenderam muito bem com a linguagem que deles receberam, e resolveram partir para os “ambientes de comunicação propagável”<sup>8</sup>, que levam a sua mensagem não apenas à sua localidade, mas ao mundo. As ferramentas lhes foram dadas (por isso entendo que não se pode menosprezar o papel da tecnologia e da internet) e elas aprenderam como melhor inseri-las em seu cotidiano.

### **Os reflexos da convergência digital na mídia televisiva**

Utilizar o televisor para outros fins não é uma novidade. Há algumas décadas, ele passou a ser empregado, também, como um monitor para exibir conteúdos de fitas VHS (*Video Home System*) e *videogames*. Hoje, com o desenvolvimento do padrão digital de TV, o aparelho torna-se também um ponto convergente, uma tela de acesso a conteúdos multimídia. Já o sinal de televisão segue um movimento contrário, ultrapassa as fronteiras do seu receptor tradicional e agora também habita o universo dos aplicativos e da internet. Inclusive, o significado da palavra "televisão", nesta era digital, parece tornar-se cada vez mais elástico, ao se referir a uma variedade de objetos e ações relacionados a este meio. De acordo com a classificação de Marinelli (2012, p. 13, tradução nossa), pode significar:

- 1 - a plataforma de distribuição (por exemplo: a televisão digital terrestre, analógica ou a IPTV<sup>9</sup>, que transmite canais televisivos por *streaming* via internet);
- 2 - os dispositivos tecnológicos utilizados para o acesso (aparelho de televisão);
- 3 - os vários tipos de conteúdos que são organizados e distribuídos através das diferentes plataformas (programas de televisão);
- 4 - os modelos produtivos, organizativos e regulamentares que ajudam a melhorar a distribuição de conteúdo (negócio de televisão);
- 5 - e, num modo mais abstrato, até mesmo o próprio meio em si (televisão) compreendido como o conjunto das práticas culturais, fatores econômicos, políticos e sociais que são historicamente fundamentados em torno de uma configuração tecnológica do meio e as formas de visão disponíveis.

<sup>8</sup> Refiro-me ao "ambiente de mídia propagável", expressão cunhada por Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford (2014), no livro *Cultura da Conexão*.

<sup>9</sup> A IPTV possui algumas nomenclaturas variáveis, como: *Web TV*, *Internet TV*, *TV On-line*, *Webcast* e *Broadband TV*.

Ao elenco de Marinelli, eu acrescentaria "6 - o ato de fazer televisão", quando, emissoras, pessoas comuns (amadores), profissionais de TV e instituições criam um canal numa plataforma *on-line*, produzem conteúdos em vídeo, baseados na linguagem televisiva, fazem o seu *upload* e os distribuem. Todas essas variáveis estão unidas por esse fio condutor (que também sofre um processo de ressignificação) e contemplam o tripé: entretenimento, informação e comunicação. Permita-me adotar o exemplo da essência espiritual da lâmpada de Walter Benjamin (2011), citado no ensaio "Sobre a Linguagem em Geral e sobre a Linguagem Humana", e adaptá-lo ao tema desta pesquisa, para me referir à liquidez (num sentido positivo) do conceito de televisão no contexto atual, em que a sua essência espiritual é extraída (ou comunicada), através da "televisão-linguagem", da "televisão-na-comunicação" e da "televisão-na-expressão". Nesse caso, essa palavra, "televisão" não seria o fim e nem o limite do próprio signo, mas transcenderia ao aparelho receptor, à transmissão televisiva e ao próprio sentido da palavra linguagem televisiva em si.

A tecnologia de televisão digital é um dos mais novos componentes de uma árvore genealógica das comunicações, é fruto de aprimoramentos tecnológicos que encontraram a sua máxima expressão na imprensa de Gutenberg, uma invenção que ampliou o processo comunicativo da humanidade, ao reproduzir em cadeia a linguagem escrita e, assim, facilitar a circulação da informação e do conhecimento.<sup>10</sup> A TV digital terrestre ao mesmo tempo em que herda características da televisão tradicional analógica (que, por sua vez, recebeu como herança linguagens da pintura, do jornal impresso, da fotografia, do cinema e do rádio), como a linguagem e formatos de programas, ganha aprimoramentos oriundos da tecnologia digital e da internet, como: a oferta de um maior número de canais – devido à menor ocupação do espectro permitida pela compressão de dados; melhor qualidade de imagem e de som; mobilidade; portabilidade; e a possibilidade de enviar conteúdos sob demanda, personalizados e interativos. Além disso, com a convergência digital, o sinal de TV já não é visto somente no aparelho televisor tradicional, mas pode ser acompanhado por diferentes dispositivos móveis, como celular, computador ou *tablet*.

---

<sup>10</sup> Os tipos móveis de Gutenberg foram determinantes para a divulgação e desenvolvimento da ciência, para um maior esclarecimento a cerca das religiões e para a criação e difusão da imprensa escrita, inspirando o surgimento de novas linguagens e meios de comunicação.

Ao analisar a TV digital por seus novos atributos, Ruiz (2012) considera a TV digital uma inovação tecnológica – considerando os produtos e serviços oferecidos por ela – do tipo incremental, pois, ao manter características da TV analógica, não representa uma ruptura para o setor das comunicações. Ele chegou a essa conclusão a partir da classificação de inovações dos pesquisadores William Abernathy (1978), Jiménez Soler (2003), Vicente Sidro (1988) e Patricio Morcillo (1998).<sup>11</sup>

Atendendo à classificação de inovações efetuada por Soler ou Morcillo, a TV digital terrestre corresponde a uma inovação tecnológica na medida em que a dita inovação consiste na completa digitalização do sistema de codificação e difusão do sinal televisivo, a qual afeta a toda a cadeia de valor, que abarca desde a produção dos conteúdos até a recepção final dos mesmos por seus usuários. Segundo Morcillo e Sidro, esta poderia subclassificar-se, por sua vez, como uma inovação de produtos e serviços. A razão é que a tecnologia digital, em relação à analógica, proporciona todo um conjunto de novos e melhorados produtos – *hardwares* – e serviços – conteúdos digitais. As mudanças e melhoras oferecidas pela TV digital em relação à TV analógica constituem uma substancialidade moderada, em nada radical. (RUIZ, 2012, p. 136, tradução nossa)

A conclusão de Ruiz sobre o caráter incremental ou radical da televisão digital parece ir ao encontro da constatação de Arnanz, quando observa que, apesar de o "novo paradigma digital" ter causado modificações no modelo clássico de televisão, a lógica que rege a cadeia de valor não foi alterada. "A origem e o final da cadeia de valor seguem sendo basicamente os mesmos: conteúdos audiovisuais como matéria-prima e espectadores que os recebem finalmente do outro lado da tela em forma de utilidade gratificadora." (ARNANZ, 2002, p. 68).

A característica da inovação radical é a sua capacidade de romper paradigmas, ao desenvolver e lançar no mercado novos produtos, processos ou modelos de organização da produção. (FREEMAN, 1982) "Este tipo de inovações pode representar uma ruptura estrutural com o padrão tecnológico anterior, originando novas indústrias, setores, mercados." (LEMOS, 1999, p. 158). Ribault et al. (1995), além de considerarem o termo "inovação radical", também o caracterizam

---

<sup>11</sup> Soler divide as "inovações em comerciais", "gerenciais" e "tecnológicas". Já Morcillo, em "inovação tecnológica", "inovação social" e "inovação em métodos de gestão". Ruiz considera que as inovações tecnológicas são aquelas mais importantes, pelo impacto que causam na transformação econômica e social das organizações, pelo melhoramento que levam aos processos. Morcillo subclassifica as inovações tecnológicas: em inovações de produto e de processo. Sidro, por sua vez, acrescenta inovações de bens e serviços à classificação de inovações tecnológicas de Morcillo. Já a classificação do tipo inovação incremental e inovação radical, aquela mais usual atualmente, foi atribuída a William Abernathy. (RUIZ, 2012).

como "inovação de ruptura" (*breakthrough*), por se tratar do primeiro modelo descoberto daquela natureza, que gerará novos produtos com características "revolucionárias": "uma descoberta científica importante abre caminho a um campo de aplicações tecnológicas que vão elas próprias acarretar a invenção de produtos revolucionários" (RIBAUT, et al., 1995, p. 22).<sup>12</sup> A inovação incremental, por sua vez, traz mecanismos de aperfeiçoamento a uma tecnologia já existente, mas não altera a estrutura industrial. A máquina a vapor e a microeletrônica são exemplos de Freeman (1982) para as inovações radicais; e a otimização de processos de produção e o *design* de produtos, para as inovações incrementais.

Referir-se a um produto ou serviço como uma "inovação tecnológica", de acordo com Carlos Arnanz (2002), significa dizer que ele vai causar impacto nas superfícies econômicas e ao mesmo tempo "gerar utilidade" em todos os sentidos da cadeia. Um grande retorno financeiro, neste caso, é imperativo para que se atribua tal classificação. Sendo assim, as inovações tecnológicas só podem ser consideradas relevantes, na visão do autor, quando: "são capazes de modelar-se em atividades ou serviços que são percebidos como uma máquina geradora de utilidade para quem as compra ou emprega com o fim de agregar valor em fases intermediárias de qualquer processo produtivo (ARNANZ, 2002, p. 28). Conforme Ruiz (2012), por se tratar de uma tecnologia de substituição, a TV digital terrestre é considerada uma inovação, à medida que: "o usuário identifica as suas vantagens em relação à sua predecessora, a televisão analógica – multiplicação da oferta, incremento da qualidade de som e imagem, serviços de valor agregado" (RUIZ, 2012, p. 493, tradução nossa).

O gráfico abaixo, elaborado por Ruiz (2012), traz um esquema com os aspectos inovadores da televisão digital, da primeira geração até as posteriores, que receberam outras ferramentas. Convém lembrar que esse é um fluxo contínuo e que a cada dia a tecnologia de televisão digital é mais incrementada, porque as pesquisas visando o seu aprimoramento continuam em andamento. Como se vê no gráfico, a chave para o descobrimento da tecnologia de televisão digital terrestre, segundo Ruiz

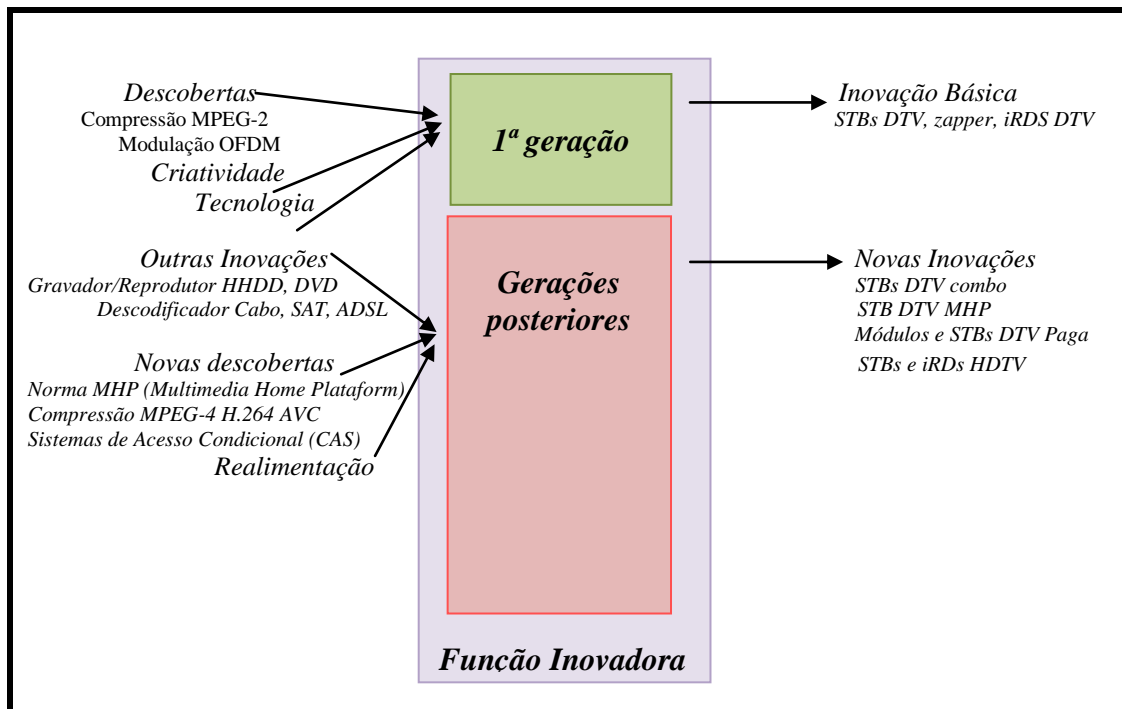
---

<sup>12</sup> A roda é um exemplo clássico da inovação radical, a sua invenção, no fim do Neolítico, não apenas revolucionou a vida do homem naquele período, facilitando as atividades de agricultura e pecuária, como culminou com o desenvolvimento de outras tecnologias sucessivas. E ainda hoje são fabricados produtos em que a roda, mesmo disposta em conjunto com outras tecnologias, exerce um papel primordial para o seu funcionamento mecânico. (FEITOSA, et al., 2009)



(2012), foi a compressão MPEG-2<sup>13</sup> e a modulação OFDM (*Orthogonal Frequency Division Multiplexing*)<sup>14</sup>.

**Figura 1** - Função inovadora e realimentação para a inovação contínua



Fonte: Extraído de Ruiz (2012, p.138, tradução nossa)

Nas gerações posteriores da tecnologia, o pesquisador identifica, por exemplo, a evolução do modo compressão MPEG-2 para o MPEG-4<sup>15</sup>, do conversor simples para o conversor com interatividade, neste caso, com o *middleware* europeu MHP embarcado, e ainda o desenvolvimento do Sistema de Acesso Condicional, que restringe o acesso a determinados conteúdos exclusivos. Em se tratando do processo de "adoção tecnológica", Ruiz (2012) analisa que a tecnologia de televisão digital terrestre traz um agrupamento de inovações, na medida em que a sua adoção requer

<sup>13</sup> O MPEG-2 permitia a transmissão de sinais HDTV com uma qualidade de vídeo superior e uma substancial insensibilidade às falhas geradas pelo canal de difusão. (VENUTI; BALBONI, 2004, p. 53, tradução nossa)

<sup>14</sup> A OFDM divide a frequência em múltiplos sinais e os envia para diferentes frequências, possui grande resistência às interferências no sinal de televisão e reduz a potência necessária para a transmissão dos sinais.

<sup>15</sup> O ISDB-Tb (*Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial* - versão Brasil) é o resultado da hibridização do sistema de modulação japonês de TV digital com aprimoramentos do Sistema Brasileiro de Televisão Digital, como o MPEG-4 e o *middleware* Ginga. É importante frisar que uma das principais inovações do ISDB-Tb foi adotar o padrão de compressão de vídeo MPEG-4 AVC (*Advanced Video Coding*), também conhecido por H.264, e de áudio MPEG-4 AAC (*Advanced Audio Coding*); enquanto a versão "pura" do sistema japonês utiliza o MPEG-2 ACC e o MPEG-2 HDTV. O padrão de áudio e vídeo escolhido pelo Brasil, dentre tantas vantagens e funcionalidades, garante o envio de um maior número de dados num mesmo canal – por utilizar baixas taxas de transmissão – com uma ótima qualidade de recepção, isto é, com menos ruídos e interferências.



"adaptar o lugar para receber os conteúdos" e "acessar e manusear a um nível básico os serviços".

O processo de adaptação do lugar introduz duas inovações: os produtos para adaptação das infraestruturas de recepção e a aquisição de equipamentos receptores digitais – decodificadores. Uma terceira inovação está constituída pelos serviços de valor agregado oferecidos por programas digitais – emissoras de rádio digital, EPG, subtítulos, teletexto digital, aplicações interativas, etc. (RUIZ, 2012, p. 493, tradução nossa)

Apesar de a transição da TV analógica terrestre para a TV digital não causar rupturas, atinge a todas as estruturas da cadeia televisiva: da produção industrial, passando pela produção televisiva, ao modelo de negócios praticado. O processo de produção, pós-produção, captação, transmissão e recepção sofre determinadas alterações técnicas e humanas, que requerem a substituição de equipamentos, a integração de novos profissionais (como especialistas em tecnologias e mídias digitais, desenvolvedores de aplicativos e engenheiros de *softwares*) e a capacitação do quadro comum de profissionais para se adequar às exigências da era digital. Até os produtos utilizados para a maquiagem dos artistas e jornalistas têm sido aprimorados, dada a qualidade da imagem, que revela as mais sutis expressões faciais.

Almir Almas (2009) entende que a televisão digital tem de ser compreendida a partir do campo do aparato técnico da emissão do sinal e do campo da tecnologia de produção de conteúdo (independentemente de sua emissão). No caso da produção de conteúdos, a emissora recebe, também, a atribuição de desenvolver conteúdos interativos em sincronia, ou não, com os programas transmitidos, que serão posteriormente transmitidos pelo campo da emissão. Sendo assim, a pós-produção, segundo o pesquisador, desempenha um papel chave nessa cadeia: “Entregam-se dados empacotados, organizados e integrados. Nesse aspecto, a pós-produção terá de falar de *middleware*, de aplicativos e de sistemas cibernéticos. Quer dizer, a pós-produção será o momento de integração de todo o sistema interativo” (ALMAS, 2009, p. 166).

Jay David Bolter e Richard Grusin (2000), ao realizarem uma genealogia das mídias, entendem a chegada de novas mídias como algo que vem para o aprimoramento e superação das "velhas", ou seja, a nova mídia faz a remediação dos elementos da velha, absorve a antiga e reconstrói suas formas e conteúdos. Mas esse processo também pode acontecer num sentido contrário, em que a mídia anterior

poderia "remediar" a subsequente. Um meio ao remediar, faria um percurso de apropriação e/ou remodelação, competição, ou seja: "se apropria de técnicas, formas e significados sociais de outros meios e procura competir com eles ou de remodelá-los em nome do real" (BOLTER e GRUSIN, 2000, tradução: FEITOSA et al., 2009). Com a teoria da "remediação", Bolter e Grusin (2000) corroboram o pensamento de Marshall McLuhan (2011), que, no livro *Os meios de comunicação como extensões do homem*, fez a seguinte afirmação: "o conteúdo de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo." (2011, p. 22).

Um exemplo disso, em nosso contexto, é que a TV analógica remediou a linguagem do rádio, do cinema, do teatro e tantas outras. A internet, como meio naturalmente híbrido, remedia a linguagem da TV analógica (e também a linguagem do rádio, do cinema, dos games, do jornal impresso e do livro), ao oferecer produtos audiovisuais inspirados na linguagem televisiva e ao transmitir conteúdos da televisão. E a TV, num sentido contrário à cronologia de desenvolvimento das tecnologias, tem remediado características da internet em sua programação, ao disponibilizar um canal de retorno para oferecer interatividade e ao consentir a não linearidade. E esse é um fluxo contínuo, no cenário atual, em que as mídias analógicas ganham versão digital, remedeiam a internet e apropriam-se de técnicas e linguagens de diferentes mídias e expressões artísticas, como a fotografia e o cinema, e, ao mesmo tempo, são remediadas. As evidências não apontam para a extinção da televisão, e, sim, para a sua potencialização em ambos os lados, seja na direção da internet, seja na direção da TV. Talvez seja coerente pensarmos na decadência de um modelo da TV analógica condicionada a um único aparelho receptor e a uma comunicação linear e tendencialmente unidirecional.

Para Marinelli (2012), foi exatamente nestes tempos de convergência digital que o conceito de remediação encontrou a sua "máxima expressão" e aplicabilidade, pois ele acredita que o conceito de Bolter e Grusin casa com a lógica das comunicações na pós-modernidade: "os conteúdos das mídias digitais são todos as outras mídias, em uma repetição cíclica que não se limita diante das fronteiras de cada simples formato/ambiente comunicativo, mas se autoalimenta, produzindo sempre novas formas de diferenciação" (MARINELLI, 2012, p. 16, tradução nossa).

Bolter e Grusin (2000) veem a remediação a partir de duas lógicas estratégicas: a hipermediação e a imediação. Trata-se de dois estilos de representação

visual com características antagônicas. Um está intrinsecamente ligado à representação do real e o outro à representação da imersão e da subjetividade. O conceito de “hipermediação” se refere a uma “mídia opaca”, representada por um ambiente de comunicação híbrido, fragmentado e não linear, que agrega linguagens e tende a fazer com que o interagente mergulhe em um mundo paralelo, mas não perca a consciência do meio que utiliza e de suas ferramentas. Tal como um ambiente de jogos, as janelas dos computadores, *second life* e o ambiente hipermídia. A imediação, a seu turno, representa um olhar da mídia para um mundo real, imediato, pautado na transparência, concebido de forma linear e natural, de tal modo que o espectador se sinta dentro da realidade, a ponto de esquecer que existe uma tela que intermedeia a sua experiência comunicativa. Basta observarmos superficialmente para percebermos estas características da imediação no modelo de linguagem televisiva e radiofônica. De acordo com Bolter e Grusin (2000), a televisão realiza uma corrida em busca do “imediatismo como emoção autêntica” para fazer valer a sua tendência de exposição do real, do acontecimento, uma consequência do curso natural da vida que o meio procura mostrar, diariamente, da forma mais transparente e atualizada possível, dando ao telespectador a sensação de ser uma testemunha ocular do “aqui e agora”, do “estar acontecendo” de um fato, dentro de uma realidade à qual ele pode, até, pertencer de forma direta.

Por causa da estrutura de financiamento, a televisão é ainda mais suscetível do que o filme na forma em que anunciantes e produtores percebem as demandas culturais. É como se os programas de televisão precisassem vencer diariamente a aprovação de sua grande audiência, o público popular, para evocar um conjunto de rápidas e previsíveis reações emocionais: a televisão deve utilizar imediatismo como emoção autêntica [...] (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 187, tradução FEITOSA et al., 2009).

Mas como a televisão possui uma linguagem originalmente híbrida, mesmo na plataforma analógica é possível identificar certas características da hipermediação em determinados programas, como os esportivos e os telejornais, através de gráficos digitalizados e múltiplas telas com imagens legendadas, transmitidas num único ambiente. (FEITOSA et al., 2009). A TV digital remedeia (*refashion*) elementos da linguagem hipermídia e ferramentas que já nasceram digitais e interativas. Isto é, novos processos sógnicos são transportados em forma de bit para a TV; e a liquidez das informações coloca a mensagem dentro de um circuito complexo de

hipertextualidade que parece não ter fim, em que uma mídia transita em outras mídias, uma linguagem transita em outra linguagem ou com outras linguagens, num processo contínuo de decodificação por parte do receptor.

A televisão incrementaria sua natureza imediata de representação do cotidiano com a interatividade já difundida pelos meios de comunicação digital, incorporando desde o conceito de não linearidade, à interface gráfica (menus, ambientes 3D, links, etc.). Ao final, como resultado da remediação, a TV digital surge como um novo objeto híbrido, ainda num estado em desenvolvimento, assim como os próprios meios digitais, que apesar de expressivos na sociedade atual, ainda não encontraram uma forma definida e nem mesmo um modelo de negócio oficial. (FEITOSA et al., 2009, p. 10)

O digital e a convergência digital potencializam o meio, fazem com que a televisão se redescubra enquanto linguagem e ainda amplie as suas possibilidades linguísticas, ao cruzar com outras mídias e integrá-las em seu ambiente. Sendo assim, a partir da teoria de Bolter e Grusin, pode-se também perceber a televisão digital não como uma nova mídia, mas como uma mídia que remediou elementos da internet e do computador, o que faz dela uma inovação incremental (se aplicarmos a classificação das inovações citada anteriormente). Isto é, o processo de digitalização da TV não causou uma ruptura, não fez da TV digital um novo meio, pois manteve elementos linguísticos da televisão analógica e de tantas outras mídias que estiveram arraigados na televisão desde sempre. Assim, o que temos agora é uma televisão que reúne uma miscelânea de linguagens e cujos sinal e conteúdos (transmitidos seja em fluxos livres, seja em fluxos convencionais) transitam em diferentes dispositivos.

Ao trazer a remediação para o cerne das discussões, Bolter e Grusin nos fazem pensar sobre as afirmações que insistentemente continuam a pregar a morte de determinadas mídias, quando se anuncia o surgimento de outras. E isso tem acontecido no caso da televisão. Muitos livros já foram escritos trazendo essa previsão, muito se diz nos jornais impressos e *on-line* sobre isso. A convergência digital, o novo modelo de comunicação que se baseia no protocolo de internet, a chegada das *Over-the-top TVs*, que permitem a entrega de conteúdos de forma não linear, seria o "prenúncio" para do fim das transmissões televisivas. Bolter e Grusin, entendem que uma nova mídia não leva uma anterior à "extinção", e, sim, a recria, atribui-lhe sentidos, traz melhorias, faz uma espécie de remodelação impulsionada pelos ares do tempo, pelas condições culturais, históricas e socioeconômicas vigentes. (BOLTER; GRUSIN, 2000).

A predisposição demonstrada pelas pessoas em participar, sugere a necessidade de a televisão ampliar o seu território para além da sala de estar, dando fim a uma era em que a participação se limitava a uma ligação telefônica, ao envio de um e-mail (antes fax), ou à opinião do telespectador em alguma pesquisa de audiência. Neste momento, a Segunda Tela e a Social TV são as ferramentas mais adotadas pelos *broadcasters* para divulgar os seus conteúdos. Assim, ao mesmo tempo em que participam do bolo publicitário da internet, têm a oportunidade de estabelecer novas relações com o seu público. Isto pode ser considerado um passo inicial da parte das emissoras de televisão para a abertura de canais que dialoguem verdadeiramente com o público, para que ao público não apenas seja concedida a oportunidade de responder a estímulos limitados de interatividade, mas que ele possa interferir em produções de seus programas preferidos e enviar conteúdos pelo canal de retorno.<sup>16</sup>

Mesmo os novos comportamentos em torno da televisão indicam que o veículo ainda exerce um papel significativo no espaço público, muito mais do que os outros veículos de comunicação tradicionais. Ou seja, as influências dessa mídia se sobressaem mesmo diante da chegada de soluções como o computador, a internet e a própria TV digital, como lembra Bucci (2008), no artigo "Em torno de um conceito preliminar de telespaço público": "Esse padrão [o espetáculo visual], que hoje se instaura com mais desenvoltura numa tela de computador, tem sua matriz na televisão" (BUCCI, 2008, p.26). No artigo "A televisão nos processos de convergência. Sistemas tecnológicos e modelos da Televisão Conectada" (2012), Alberto Marinelli e Giulia Marinelli confirmam esse pensamento, ao lembrarem que, apesar de a televisão começar a ser remodelada a partir do digital e da internet, continua "viva" mais do que nunca, ainda que exista uma corrente teórica que pregue o seu fim. Eles enxergam a perspectiva de uma televisão que se redefine a partir do encontro de velhas e novas tecnologias e velhas e novas formas de usá-la. E com isso abrem-se caminhos para melhor se explorar o potencial da televisão aberta, quebrando paradigmas, dando a ela novas funcionalidades, distanciando-a de velhos padrões e atendendo satisfatoriamente diferentes públicos, percorrendo a estrada

---

<sup>16</sup> É importante frisar que, embora a TV tradicional ainda domine o mercado publicitário brasileiro, a internet, em 2012, já ocupava o segundo lugar no *ranking* dos investimentos<sup>16</sup>. Ou seja, apesar de a TV ser o veículo de comunicação de maior audiência, cada vez mais as pessoas recorrem à internet para buscar vídeos, entretenimento e os próprios conteúdos transmitidos pela televisão. Por isso, executivos da televisão aberta brasileira também têm traçado estratégias para conquistar o público fora dos limites de seus canais tradicionais.

sugerida por Barbero e Rey (2004, p. 155), quando colocam que a televisão pode ir muito mais além daquela que conhecemos, dentro de um ciclo emissão e recepção: "[...] alguns autores de ficção [...] começam a compreender que a televisão não é um mero instrumento de difusão, mas uma mídia com possibilidades expressivas próprias, uma mídia em busca de seu próprio idioma". E essa busca parece estar apenas começando.

No livro *A Televisão Levada a Sério*, Arlindo Machado (2000), por exemplo, tenta desacreditar alguns mitos motivados por correntes contrárias ao veículo e nos oferece uma tática para que consigamos lançar um olhar diferente para essa mídia, assim como já fazemos com o cinema e a literatura, para que ela possa ser analisada, também, de um ponto de vista positivo: “Tudo é uma questão de mudança de enfoque. Em lugar de prestar atenção apenas às formas mais baixas de televisão, a ideia é deslocar o foco para a diferença iluminadora, aquela que faz expandir as possibilidades expressivas desse meio” (MACHADO, 2000, p. 10). Machado (2000) e Barbero e Rey (2004) entendem que somente após a quebra de um preconceito cultural contra a televisão, principalmente da parte de intelectuais, tecnólogos e sociólogos, é que será possível descobrir potencialidades que vão além do que tem sido oferecido por ela.<sup>17</sup>

Ao contrário do que aconteceu na Europa, o Brasil tem o privilégio de vivenciar o *simulcast* da TV analógico-digital terrestre no auge da convergência tecnológica, quando o acesso à internet a partir de diferentes dispositivos se torna cada vez mais plural. E isso pode ser uma força positiva para aqueles que fazem TV, no sentido de explorar melhor as ferramentas da TV digital interativa para a ampliação das suas relações com o público. Mas, apesar de já começarmos a perceber mudanças nesse cenário, a TV aberta terrestre no Brasil ainda deve percorrer um longo caminho para atender às exigências de quem a assiste ou até de quem, em outras condições, a assistiria. Enquanto isso, as pessoas encontraram na internet uma estrada alternativa para se expressar (por meio de texto, áudio e vídeo) e para buscar os conteúdos que desejam e quando os desejam, como reforça Rita

---

<sup>17</sup> Vale ressaltar que as pessoas as quais entrevistei durante a pesquisa de campo do meu doutorado não olham para a televisão com rejeição ou preconceito, mas como um meio útil e significativo para a sua vida cotidiana, que ainda ocupa um espaço privilegiado em suas casas, por isso, desejam vê-la melhorada. Mas elas olham para muitos conteúdos da TV com certo “incômodo”, principalmente por acreditarem que influenciam negativamente crianças e adolescentes, ou porque “deturpam a informação” e “espetacularizam a notícia”, ou porque “acrescentam pouco” em suas vidas. Elas veem a necessidade de uma renovação desses conteúdos, da mudança da estrutura da própria grade de programação e de uma abertura maior à participação.

Figueiras (2012, p.150), no artigo "Intelectuais e redes sociais: novos media, velhas tradições": "A internet tem, assim, promovido uma rede de comunicação horizontal construída em torno da iniciativa, dos interesses e das perspectivas dos cidadãos anônimos". Trata-se de uma estrutura que rompe com paradigmas, ameaça poderes e autoridades estabelecidos, provenientes da cultura midiática tradicional.

## REFERÊNCIAS

ALMAS, Almir. Televisão digital: quando chega a interatividade? In: Pedro Nunes. (Org.). **Mídias Digitais & Interatividade**. 1 ed. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2009, p. 157-172.

ARNANZ, Carlos. **Negócios de televisión** – transformações del valor en el modelo digital. Barcelona: Gedisa, 2002

BENJAMIN, Walter. **Escritos sobre mito e linguagem**. Tradução de Susana Kampff Chaves e Ernani Chaves. São Paulo: Duas Cidades/Editora 34, 2011.

BOLTER, David Jay; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: MIT Press, 2000.

BUCCI, Eugênio. Em torno de um conceito preliminar de teleespaço público. In: BENEVIDES, Maria Victoria de Mesquita; BERCOVICI, Gilberto; MELO, Claudineu de (Orgs). **Direitos humanos, democracia e república** – Homenagem a Fábio Konder Comparato. São Paulo: Editora Quartier Latin do Brasil, 2008, p. 399-428.

FEITOSA, Deisy Fernanda; MESQUITA, Dario; SCHLUNZEN, Elisa Tomoe MORIYA; TOLEDO, Glauco; MASSAROLO, João Carlos; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. **TV digital: um meio de recepção aperfeiçoado ou uma tecnologia emergente?** Trabalho apresentado no 1º Simpósio Internacional de Televisão Digital da Unesp. Disponível em: <<http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simtdv/gts.php>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

FREEMAN, C. Introduction, in DOSI, G. et alii (Orgs.). **Technical change and economic theory**. Londres: Pinter Publishers, 1988.

KERCKHOVE, Derrick de. **A pele da cultura: investigando a nova realidade eletrônica**. Coleção Atopos. São Paulo: Annablume, 2009.

LEMOS, Cristina. Inovação na era do conhecimento. In: LASTRES, Helena M. M.; ALBAGLI, Sarita (Org.). **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda. ([www.campus.com.br](http://www.campus.com.br)), capítulo 5, p. 12 –144, 1999. Disponível em: <[http://pg.utfrpr.edu.br/dirppg/ppgep/ebook/producao1/5\\_Jos\\_\\_Italo\\_C.\\_Fontanini.pdf](http://pg.utfrpr.edu.br/dirppg/ppgep/ebook/producao1/5_Jos__Italo_C._Fontanini.pdf)> Acesso em: 7 de jan. 2015.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 4. ed. São Paulo: Edit. Senac, 2000, 244p.

MARINELLI, Alberto. La televisione dopo la televisione. (9-32p) In: MARINELLI, Alberto; GIANDOMENICO, Celata. **Connecting Television: La televisione al tempo di Internet**. Milano: Angelo Guerini e Associati Ed., 2012. 303 p.



MARINELLI, Alberto;e MARINELLI, Giulia. La televisione nei processi di convergenza. Sistemi tecnologici e modelli della Connected Television (33-89p). In: MARINELLI, Alberto; GIANDOMENICO, Celata. **Connecting Television: la televisione al tempo di Internet**. Milano: Angelo Guerini e Associati Ed., 2012. 303p.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. 232 p.

RIBAUT, M.; MARTINET, B.; LEBIDOIS, D. **A gestão das tecnologias**. Coleção gestão & inovação. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1995.

RUIZ, Rafael. **La transición al la Televisión Digital Terrestre como proceso de difusión de innovaciones. Estudio comparado de los casos de España e Italia**. Tesis doctoral presentada en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Católica San Antonio. 2012.