

**UNESP – UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA**  
**PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE TELEVISÃO DIGITAL:**  
**INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO**

**Marina Stempniewski Ricciardi**

**DOCUMENTÁRIOS E REDES SOCIAIS NA TELEVISÃO DIGITAL**

**Bauru**

**2011**

Marina Stempniewski Ricciardi

## **DOCUMENTÁRIOS E REDES SOCIAIS NA TELEVISÃO DIGITAL**

Trabalho de Conclusão de Mestrado Apresentado ao  
Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital:  
Informação e Conhecimento, da Faculdade de  
Arquitetura Artes e Comunicação, da Universidade  
Estadual Paulista, para obtenção do título de Mestre em  
Televisão Digital sob a orientação da Prof. Dra. Ana  
Sílvia Lopes Davi Médola

Bauru

2011

**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE MARINA STEMPIEWSKI RICCIARDI, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TELEVISÃO DIGITAL: INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICACAO DE BAURU.**

Aos 06 dias do mês de maio do ano de 2011, às 09:30 horas, no(a) Auditório da Divisão Técnica de Biblioteca e Documentação - UNESP - Campus de Bauru, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. ANA SILVIA LOPES DAVI MEDOLA do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Prof. Dr. ANTONIO FRANCISCO MAGNONI do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Profa. Dra. ROSÂNGELA MARÇOLLA do(a) Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo / Universidade de Marília, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de MARINA STEMPIEWSKI RICCIARDI, intitulada "DOCUMENTÁRIOS E REDES SOCIAIS NA TELEVISÃO DIGITAL". Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.



Profa. Dra. ANA SILVIA LOPES DAVI MEDOLA



Prof. Dr. ANTONIO FRANCISCO MAGNONI



Profa. Dra. ROSÂNGELA MARÇOLLA

*Dedico este aos meus pais, que sempre se dedicaram à vida de sua filha; e a mim deram as mãos para a vida.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à minha orientadora Ana Sílvia Lopes Davi Médola pelo apoio, competência e base científica que me ofereceu em momento tão necessário;

Em extensão, agradeço a todos os professores do Programa de Pós Graduação em Televisão Digital pelo enriquecimento técnico-científico que me proporcionaram.

Grata estou também aos que aceitaram compor minha banca e contribuir para minha elevação intelectual;

E aos supervisores da seção de Pós Graduação, sempre dispostos a ajudar nas questões burocráticas ligadas ao curso.

Agradeço aos amigos pelas discussões fervorosas que muito enriqueceram sobre o conhecimento do tema em que nos especializamos e pelas relações construídas e tão valorizadas que levarei para sempre - toda a turma ingressante em 2008 e 2009, em especial Fernanda Testa, Fernando Dibb, Mozarth Dias de Almeida Miranda, Renan Schlup Xavier e Willem Fernandes de Almeida.

RICCIARDI, M.S. de. **Documentários e Redes Sociais na Televisão Digital**. 2011 140 f. Trabalho de Conclusão (Mestrado em TV Digital: Informação e Conhecimento)- FAAC - UNESP, sob a orientação do prof. Dr. Ana Sílvia Lopes Davi Médola, Bauru, 2011.

## **RESUMO**

Ao abordar o tripé TV Digital, documentários e relacionamentos em rede, apresentam-se diretrizes para explorar as possibilidades da convergência tecnológica num ponto fundamental de implantação da tecnologia digital no país e de discussão das políticas públicas envolvidas. Com a transferência do acesso à internet para a TV, é possível que os relacionamentos em rede também sejam construídos na televisão como são na tela do computador. A junção dos relacionamentos virtuais com a interatividade poderá gerar produtos coletivos e dar voz a muitos personagens envolvidos no processo de comunicação. Concentra-se na investigação de como será a aplicabilidade das redes sociais na TVD e na possibilidade de um repositório ideal de documentários longas e curtas-metragens para a televisão digital através da interação em rede. O repositório proposto será um protótipo que concentre vídeos produzidos pelo público e inter-editados, mostrando as possibilidades interativas e a participação dentro do vídeo. Norteiam o estudo a evolução da Televisão Digital no Brasil, as características de consumo do documentário no país e o comportamento do sujeito conectado.

**Palavras-chave:** Repositório, Documentário, TV Digital, Redes Sociais, Colaboração, Wiki.

## **ABSTRACT**

In addressing the tripod Digital TV, documentaries and network relationships, we present guidelines for exploring the possibilities of technological convergence on a fundamental point of deployment of digital technology in the country and discussion of public policy involved. With the transfer of Internet access to TV, it is possible that relationships are also built in network television as they are on the computer screen. The combination of virtual relationships with the interactivity can generate collective products and give voice to many characters involved in the communication process. It focuses on research on how will the applicability of social networks in the DTV and the possibility of an ideal repository of documentary films for digital television through the interaction network. The proposed repository is a prototype that focuses videos produced by the public and inter-edited, showing the possibilities of interactive and participation in the video. The study is guide for the evolution of digital television in Brazil, the consumption characteristics of the documentary in the country and the behavior of the subject connected.

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>INTRODUÇÃO</b>                                                        | 10  |
| <b>CAPÍTULO 1 - TV DIGITAL NO BRASIL E USABILIDADE</b>                   | 17  |
| 1.1 Levantamento da implantação da TV Digital no Brasil                  | 17  |
| 1.2 A informação nos diferentes suportes                                 | 29  |
| 1.2.1 Consumo em diversas telas                                          | 46  |
| 1.3 Relacionamento do homem com a tecnologia                             | 53  |
| <b>CAPÍTULO 2 – DOCUMENTÁRIOS</b>                                        | 63  |
| 2.1 Características do documentário                                      | 63  |
| 2.2 Histórico do documentário                                            | 67  |
| 2.2.1 Documentário no Brasil                                             | 71  |
| 2.2.1.1 Produções independentes e festivais                              | 82  |
| 2.3 Estudo do documentário digital                                       | 83  |
| 2.3.1 Repositórios para documentários digitais                           | 87  |
| 2.3.1.1 YouTube                                                          | 88  |
| 2.3.1.2 Porta-Curtas                                                     | 90  |
| 2.3.1.3 Vimeo                                                            | 92  |
| 2.3.1.4 Miro Community                                                   | 93  |
| 2.3.1.5 Zappiens                                                         | 94  |
| <b>CAPÍTULO 3 - REDES SOCIAIS E REPOSITÓRIO DE DOCUMENTÁRIO PARA TVD</b> | 98  |
| 3.1 Cibercultura                                                         | 98  |
| 3.2 Redes Sociais e relacionamentos virtuais                             | 104 |
| 3.3 Criação de um perfil de interações – o cyborg                        | 115 |
| 3.3.1 Proximidade com a lógica dos games                                 | 117 |
| 3.3.2 Avatares                                                           | 119 |
| 3.4 O formato Wiki                                                       | 120 |

|     |                                                                                         |     |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.5 | Como colocar documentários dentro das redes sociais e transferir redes sociais para TVD | 121 |
| 3.6 | Pressupostos para o modelo de repositório de documentários para TVD – o Wikimundo       | 124 |
|     | <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>                                                             | 128 |
|     | <b>REFERÊNCIAS</b>                                                                      | 130 |
|     | <b>ANEXOS</b>                                                                           | 137 |

## INTRODUÇÃO

A convergência das mídias à qual nos deparamos atualmente surge como um dos grandes avanços tecnológicos do século XXI e um dos grandes desafios para os profissionais da área e para os novos usuários. Estes usuários possuem maior liberdade de recepção e de criação no sistema híbrido das redes, ou seja, são produtores e consumidores de conteúdos, pois os papéis estão se confluindo num ambiente de veiculação midiática *pointcasting/webcasting* de muitos para muitos.

Uma vertente a ser explorada e com grande potencial refere-se ao jornalismo e ao caráter documental da informação, que pode ser puramente informativa ou transbordar de veias artísticas também dentro da televisão digital. O documentário é um gênero que possui riqueza estilística que torna viável combiná-lo com as tecnologias de suporte digital - é possível desenvolver um produto interativo que permita ao usuário navegação e mobilidade de sentidos na construção da realidade.

O documentário, desde sua origem, foi favorável à experimentação. Em um tempo em que nos deparamos com a perda de referências, o gênero incorpora novos materiais das realidades virtuais e torna possível a composição de peças híbridas de grande impacto expressivo e comunicacional. Hoje, o grande volume de informações chega a nos confundir, e os filmes de não-ficção ajudam a compreender questões do nosso tempo, uma vez que exploram a argumentação e a ligação com o real.

O grande álibi a ser explorado na digitalização da TV combinada aos documentários será o uso das redes sociais na caracterização da interatividade. A cada dia, cresce o número de pessoas interligadas com objetivos específicos comuns, desenhados através de perfis online, comprovado pela proliferação das redes sociais e das comunidades virtuais. O encontro dessas pessoas e dos interesses próprios estimula a busca personalizada, a colaboração, e até mesmo a elaboração de um produto conjunto.

Pensando na possibilidade de ligação da televisão digital com os documentários e as redes sociais, esta dissertação divide-se em três níveis que não devem ser entendidos separadamente, devem convergir para a proposição de um

repositório ideal de documentários dentro da TVD que funcione sob a lógica das redes sociais.

Delimita-se o foco de estudo dos documentários no caso brasileiro e o estudo da interatividade é sustentado na observação da tendência interativa wiki sustentada pelos relacionamentos em rede. Para investigar uma experiência bem sucedida de vídeos On Demand e conteúdos colaborativos, faz-se uma investigação de usos do YouTube no Brasil e para abordar os documentários vale-se do estudo histórico do gênero e de festivais, como por exemplo o “Festival do Minuto” de curtas-metragens, e o “É Tudo Verdade” de longas.

Algumas experiências inovadoras serviram como um grande observatório para o trabalho. Por exemplo, o Projeto Zappiens, que busca incentivar a divulgação de conteúdo multimídia nacional através da internet, fornecendo uma plataforma para distribuição virtual de vídeo; e o Miro Community, que permite a rápida criação de “comunidades de vídeos”.

O documentário digital interativo pode ser uma forma de possibilitar a interatividade efetiva, tanto com *upstream*<sup>1</sup> quanto com *downstream*<sup>2</sup> de dados. Essa interatividade total será conseguida pelo recurso participativo e pelo código aberto (open source), no qual o público poderá enviar e alterar conteúdos.

De forma a garantir a usabilidade da hipermídia aplicada aos documentários, o roteiro deverá direcionar, sem delimitar, as possibilidades de edição (mudança, soma ou subtração de alguma parte do todo) e o histórico das intervenções. Novos perfis on line serão criados pelos usuários que terão seus próprios avatares (corpo virtual) como produtores de conteúdo, assemelhando-se à lógica dos games.

A digitalização amplia os espaços e a diversidade, e torna possível a construção de um produto coletivo e ainda, a criação de uma biblioteca virtual de, no caso, documentários e objetos relacionados. A convergência de mídias favorece ligações com blogs, com textos na internet, construindo uma grande rede de informação a ser personalizada pelo usuário. A popularização de celulares com acesso à televisão, internet, e recurso de câmera dinamiza e diversifica o processo.

---

<sup>1</sup> Envio de conteúdo, o mesmo que “subir” arquivos na Internet

<sup>2</sup> Baixar arquivos da Internet

Até então, as grandes corporações televisivas apresentaram-nos tímidos resultados de interatividade. Mudando-se a lógica de produção e consumo muda-se o modelo de negócios. A busca passa a ser mais personalizada e individual sendo a “programação pessoal”<sup>3</sup> mais independente e variada. Esta mudança implica também a alteração na lógica publicitária a ser incluída de acordo com o público.

O aumento de canais em si, não representa democratização - é preciso reverter a lógica puramente comercial dos conteúdos e aliá-los a manifestações culturais. Por exemplo, na televisão digital, um vídeo de poucos minutos de uma apresentação de maracatu em uma Praça de Sergipe pode ladear produções caseiras de dribles de futebol em uma rua do Rio de Janeiro, as necessidades de acesso para um deficiente físico no interior do Maranhão, assim como produções radiofônicas feitas por uma escola no sul de Minas Gerais.

Diante dos recursos apresentados e do espaço ilimitado na rede, a audiência poderá flunar pelo canal como quem passeia pela rua, porém com a vantagem das noções de lugar e de tempo livres. Em pouco tempo pode-se admirar o menino da gaitinha na esquina, depois ouvir uma antiga ópera em um renomado teatro, e acompanhar um pintor na realização de uma obra em filmes documentários observacionais.

A digitalização entremeia mudanças mais profundas, tais como a evolução do homem na maneira de se relacionar com a tecnologia. Com o surgimento de novos meios, passamos por uma reorganização midiática, modificações na forma provocam mudanças radicais também no conteúdo. Papéis são reconfigurados, colocando o usuário numa posição mais participante. A partir disto, indaga-se como poderemos observar as modificações ocorridas nos campos presenciais com mote em relacionamentos virtuais. A mudança tecnológica também é social, psicológica, econômica e cultural.

O fluxo informacional mais circular, o raciocínio por simulação, a participação e a colaboração abrem novas fronteiras e tipificam a informação de uma maneira mais relacional, caracterizando as mudanças que procuramos entender. Essa forma organizada em rede aproxima-se muito mais da forma de funcionamento

---

<sup>3</sup> A escolha do que assistir. Com a invenção do controle remoto, mesmo as televisões tendo grades de programação fixa, quem monta sua própria programação é o usuário.

do cérebro humano do que o raciocínio lógico apoiado em papéis e canetas, assim como, o mundo wiki aproxima-se muito mais da organização do saber na sociedade do que os livros e jornais impressos. O cérebro humano funciona como um sistema complexo de neurônios, assim como o conhecimento organizado colaboativamente. A socialização da informação gera também um paradoxo a ser decifrado - a questão da inclusão digital. Apesar de uma maior quantidade de informações vinda de todas as direções estar disponível, muitas vezes, a disponibilidade instrumental e a alfabetização digital determinam como essa informação será aproveitada.

Conforme LÉVY (1993), sabemos que não se pode concluir que a máquina produz pensamentos, a força motriz é sempre o homem, mas também sabemos que podemos chegar a lugares que jamais seriam imaginados sem a técnica. Dessa forma, a tecnologia altera a sociedade como um todo, não se pode encará-la como a grande vilã causadora dos mal-estares sociais nem a grande salvação para os problemas atuais, ela é uma importante peça dentro de uma conjuntura, um grande jogo de interesses e de possibilidades.

Nesse ponto, nos indagamos se a cultura está antes da técnica ou a técnica está antes da cultura, DELEUZE (1977) referiu-se a isto da seguinte forma: *“the machine is always social before it is technical. There is always a social machine which selects or assigns the technical elements used.”*<sup>4</sup> Assim, podemos dizer que primeiro mudamos nosso modo social de pensar para depois mudarmos nosso modo de agir diante das novas possibilidades.

A televisão brasileira sempre foi uma referência nacional no quesito de identificação social e de “sensação de normalidade” proporcionada pela programação. A TV digital possibilita o fluxo de dados, além dos canais de som e imagem, e esse novo recurso torna possível a interatividade: as trocas de informações virtualizam-se, a linearidade é quebrada, assim como as noções de fronteira e limite. A “sensação de normalidade” passa por uma reconfiguração, onde as prioridades se alteram: se pode contestar em tempo real, é possível acrescentar outras possibilidades às histórias, interatuar, e o campo da recepção interagir com o guia em várias plataformas.

---

<sup>4</sup> A máquina é sempre social antes de ser técnica. Há sempre uma máquina social que seleciona ou atribuiu os elementos técnicos usados.

Como o pensamento da audiência reage às mudanças? Leon Festinger no livro “*A Theory of Cognitive Dissonance*” (1957) lançou as bases de seu pensamento. A Teoria da Dissonância Cognitiva destacou a correspondência (consonância) ou não-correspondência entre os discursos e a ação das pessoas com embasamento nas formas de percepção da realidade bem como na maneira de inserção do indivíduo em um contexto no qual partilha opiniões e deve estar em equilíbrio de forma a sentir-se bem socialmente. Festinger reconheceu que a necessidade de experimentar um mundo coerente é um forte fator motivador que modela o comportamento pessoal.

Considerando a Teoria da Dissonância Cognitiva, reconhecemos que o indivíduo não pode sentir-se perdido dentro do mundo digital. Por isso, a antecendência das mudanças sociais à técnica, e a antecendência no modo de pensar ao modo de agir.

Na televisão digital a audiência é quem constrói o próprio conteúdo e será responsável para que a transição do analógico para o digital não esteja simplesmente no domínio das grandes corporações. No intuito de que a transição se torne efetivamente comprometida com cultura, política, educação e novos comportamentos o público deve exigir e compartilhar da cultura participativa, ainda que tenha que educar-se para isso.

Esta dissertação pretende participar da evolução das audiências fornecendo instrumentos e possibilidades para que elas participem de uma digitalização mais justa, pelo retrato das diferentes culturas. Os objetivos abrangem um levantamento histórico do documentário, das possibilidades que este passado sugere e que o futuro da digitalização permite, dentro das redes sociais, propondo juntar e transferir o formato (documentário) e a estrutura (acervo em rede social) para a o suporte (televisão digital). Neste contexto, busca-se entender os relacionamentos virtuais criados pela nova tecnologia aplicados à interatividade e à produção de documentários.

O primeiro capítulo foca a implantação da televisão digital no Brasil. O processo tem características inovadoras e exclusivas, tais como a adaptação do padrão nipônico e o desenvolvimento do Ginga, que contribuem para a democratização, a portabilidade e a mobilidade. O capítulo traz um histórico de

como tem sido a implantação da TVD no país, as particularidades, e as influências criadas nos países vizinhos da América Latina e ao redor do mundo. Faz-se um resgate do início e do desenvolvimento das tecnologias e quais possibilidades o sistema, o padrão e o modelo de negócios proporcionam. Como o objetivo desta dissertação, em geral passa pela investigação de um repositório de vídeos digitais com conteúdos documentais e governados através da lógica das redes sociais, o capítulo também traz apontamentos sobre as características da internet que podem influenciar na TV digital e as que serão transferidas efetivamente para o novo meio. Por fim, com a permeabilidade dos aspectos acima citados, o foco passa para a interatividade, a democratização da informação e a participação do público nos conteúdos.

No capítulo seguinte, visando estudar a aplicabilidade dos documentários na TV digital faz-se um resgate do perfil de produção, difusão e consumo do gênero. À primeira vista, o documentário é mais adequado ao cinema, mas com a evolução das audiências na personificação e na lógica On Demand reconhece-se que é grande o potencial que os filmes que documentam a realidade podem atingir na TV digital, se combinado com as possibilidades de produção e participação do público. Assim, o segundo capítulo estuda a evolução dos documentários produzidos para o cinema, os documentários produzidos com cunho social, os destinados a repositórios já disponíveis na internet e os festivais na área. Guiado pela inquietação: “Com uma câmera na mão, tudo pode virar documentário e qualquer pessoa pode fazê-lo?”, mais uma vez o tema casa com as possibilidades proporcionadas pela tecnologia digital, e a reorganização dos papéis das grandes corporações e do telespectador-produtor.

E por fim, o terceiro capítulo arremata a ligação entre o tripé TVD – documentários – redes sociais. Apresentando inicialmente as características e como os relacionamentos se constroem em rede, em seguida vislumbra a transferência dessas redes para o ambiente televisivo. E quando isto for possível, sugere a criação de um repositório ideal de vídeos que contemple a variedade de temas, de produções e de interatividade, com a participação inclusive na edição de conteúdos no formato wiki. As alterações na lógica de produção e consumo irão criar um novo sujeito virtual e participativo, o cyborg, que também é descrito no capítulo,

considerando-se a criação de avatares para o corpo virtual e a proximidade com a lógica dos games.

Com base numa investigação teórica, propõe-se na prática, uma estratégia de programação para TVD, que para se efetivar depende muito das condições da sociedade. Por mais que tenhamos viabilidade técnica que nos possibilite pensar uma aplicabilidade, muitos outros fatores influenciam no processo para construção de um repositório interativo de documentários dentro da televisão digital, conforme contempla esta dissertação.

## CAPÍTULO 1: TV DIGITAL NO BRASIL E USABILIDADE

### 1.1 Levantamento da implantação da TV Digital no Brasil

A implantação da televisão digital no Brasil se deu em um cenário de experimentação que favoreceu o pioneirismo e os riscos. No início da década de 90 começou-se a falar em digitalização dos meios no país. Entre as características da digitalização da TV no cenário nacional estão a manutenção das faixas de frequência em 6 MHz; a melhora na qualidade de áudio (com som multicanal) e imagem; o aumento das resoluções espaciais vertical e horizontal numa razão de aspecto 16 x 9; programação em SDTV (*Standard Definition Television*) e HDTV(*High Definition Television*); liberalização dos conteúdos a cargo das operadoras com intervenção mínima do governo; mobilidade; interatividade e transmissão de dados (a possibilidade de navegação é uma característica exclusiva dos meios digitais).

Em 1991, ainda no governo Collor, foi criada a Comissão Assessora de Assuntos de Televisão (COM-TV), vinculada ao Ministério das Comunicações que visava discutir a digitalização da TV. Desde 1994, a Associação Brasileira de emissoras de rádio e televisão (Abert), e a Sociedade de Engenharia de Televisão (Set) iniciaram o estudo da tecnologia de TVD, e em 1998, a Anatel passou a conduzir o processo, com uma avaliação técnica e econômica do melhor padrão de transmissão digital a ser adotado pelo Brasil. Em seus estudos, a Abert e a Set se preocuparam em buscar um modelo que oferecesse melhores condições de distribuição e recepção, que flexibilizasse os modos de recepção e que tivesse um prazo de implantação adequado para não excluir as classes de baixa renda.

Dentre 1999 e 2000, a Universidade Mackenzie fez um estudo pioneiro que comparava os três padrões internacionais: *Digital Video Broadcasting (DVB)* europeu, *Advanced Television Systems Committee (ATSC)* americano e *Integrated Services Digital Broadcasting (ISDB)* japonês com o objetivo de levantar qual seria melhor aplicável à realidade brasileira – o Brasil foi o primeiro país do mundo a comparar através de testes os padrões existentes. O estudo da Mackenzie foi

acompanhado de uma consulta pública em 2001 e de uma consulta sobre os aspectos sociais e econômicos em 2002, ambas realizadas pela Anatel. Houve uma investigação quantitativa em 55 cidades com demonstração da tecnologia seguida do recolhimento das opiniões. Críticas apontam que as consultas públicas foram predominantemente demonstrativas e pouco se considerou da opinião dos segmentos populares. Além da Abert e da Set, também participaram do experimento, através de um convênio, o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento Padre Roberto Landell de Moura (CPqD) e a Universidade de Campinas (Unicamp).

Os primeiros estudos já apontavam a preferência pelo modelo japonês de televisão digital terrestre, mas a escolha foi adiada três vezes de setembro de 2000 a julho de 2002. Ainda em 2002, a China apresentou uma proposta ao Brasil para desenvolvimento de um modelo alternativo aos já existentes, mas o governo nacional recusou trabalhar em conjunto com os chineses. Com as eleições presidenciais do mesmo ano, houve uma reviravolta, que tirou a Anatel do centro do processo e passou-se então à proposição de um sistema local, o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) sob gerência do Ministério das Comunicações. O “I Workshop Técnico sobre o Projeto do Sistema Brasileiro de Televisão Digital” foi realizado em agosto de 2003, na Unicamp. No encontro foram organizados grupos de trabalho que teriam o andamento de seus projetos acompanhado pelo CPqD, com um orçamento inicial de R\$80 milhões nos primeiros 48 meses. O período seria destinado ao estudo da escolha do modelo, padrão, modo de exploração do serviço e tempo de transição para o digital. Os fatores que motivaram o desenvolvimento de um sistema local foram: democratização do acesso à informação (ao trazer a internet para a televisão, é possível democratizar o acesso, pois é muito maior o número de pessoas que possuem televisores em casa do que daquelas que possuem computadores); criação de novos serviços, aplicações e interatividade; multiprogramação; e aproveitamento do parque de televisores distribuídos no país (com a instalação de set-top-boxes).

Tais fatores foram direcionados pelo decreto presidencial nº4.901 de 26 de novembro de 2003. O decreto institui o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) e determina o financiamento dos projetos com recursos do Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações(Funttel), que devem ter como

áreas temáticas: transmissão e recepção; camada de transporte; canal de interatividade; codificação de sinais fonte; middleware; serviços, aplicações e conteúdo.

Além disso, ficou previsto pelo Decreto 4.901/03 a promoção da inclusão social, da diversidade cultural do país e da língua pátria; a criação de uma rede universal de educação à distância, o estímulo à pesquisa e à indústria nacional; o incentivo à indústria regional e local, assim como o ingresso de novas empresas no setor; uma transição com custos compatíveis com a renda do brasileiro, a liberação de uma faixa adicional de radiofrequência às concessionárias de radiodifusão; e a contribuição para a convergência tecnológica e empresarial dos serviços de comunicação.

Entre as premissas de inclusão social encontradas no processo de adoção do SBTVD estão:

1. a universalização do sistema, disponível de modo gratuito, direto e aberto para toda população;
2. o desenvolvimento das tecnologias de ponta pelos consórcios de pesquisa nacionais e o efetivo uso dos aplicativos resultantes desses estudos;
3. as práticas de inclusão digital a partir do uso da interatividade com a introdução do canal de retorno, disponibilizado através de qualquer tecnologia de conexão, a partir de saída digital no terminal de acesso;
4. a formatação de protótipos que permitam a escalabilidade e sua atualização permanente através do tráfego de dados;
5. a robustez de sinal oferecido e recebido nas diferentes regiões geográficas do país;
6. O uso da mobilidade, da portabilidade, da multiprogramação e da interatividade.

(FILHO; e CASTRO, 2008, p.21)

No ano de 2005, assumiu o Ministério das Comunicações Hélio Costa, que lutou pela escolha de um padrão já estabelecido e trabalhou sob a lógica incremental. Em 29 de junho de 2006, o presidente Luís Inácio Lula da Silva assinou o Decreto nº 5.820, que dispõe sobre a implantação do SBTVD. No documento ficam previstos: a adoção do SBTVD-T pelas concessionárias de radiodifusão; o acesso assegurado ao público em geral de forma livre e gratuita; a adoção do padrão ISDB-T e a criação do Fórum Brasileiro de Televisão Digital – composto por representantes de instituições que participaram do desenvolvimento do modelo de TVD no país. Também determina o limite de 10 anos a partir da publicação do Decreto para a transição do sistema de transmissão analógica para o digital; e a

exploração pela União de serviços de radiodifusão através do Canal do Poder Executivo, Canal de Educação, Canal de Cultura e Canal de Cidadania.

Após a assinatura do Decreto 5.820/06 o governo firmou um acordo com o Japão que previa a cooperação de indústrias japonesas para o desenvolvimento da indústria eletroeletrônica brasileira, a transferência de tecnologia e a capacitação de recursos humanos.

Costa teve iniciativas para a adoção do ISDB que atendessem às pressões das grandes empresas e a escolha do modelo de televisão digital, em 2006, apresentou questionamentos e contradições com as vontades de diversos setores da sociedade e dentro do próprio governo. A assinatura do Ato Internacional de cooperação entre Brasil e Japão e a promulgação do Decreto nº 5.820 foram questionadas como ilegais por alguns membros do Congresso Nacional porque não houve consulta ao Poder Legislativo no decorrer do processo. Mesmo com todas as contradições, no dia 2 de dezembro de 2007 a TV Digital estreou em São Paulo.

O padrão japonês, que já era capaz de proporcionar alta definição, transmissão de dados, recepção móvel e portátil, e segmentação de canais, foi adaptado pelo Brasil com upgrades de áudio, vídeo e interatividade e passou a receber a denominação *Integrated Services Digital Broadcasting – Terrestrial Brasil (ISDB-TB)*. Com modulação no formato COFDM-BST (*Coded Orthogonal Frequency Division Multiplexing – Band Segmented*) o ISDB-TB permite a difusão a equipamentos portáteis. Também há possibilidade de incorporação de novas tecnologias, exploração de retransmissores capazes de cobrir áreas de sombra e a aceitabilidade de um middleware nacional.

A escolha do padrão foi amplamente influenciada pelo modelo de negócio nacional. O padrão americano (ATSC) foi o primeiro a ser rejeitado porque não contemplava testes sobre as transmissões móveis, tinha baixas flexibilidade e mobilidade de percurso, não contemplando as necessidades da realidade brasileira. Posteriormente, o padrão europeu (DVB) foi descartado e constatou-se a inviabilidade de desenvolver um padrão totalmente brasileiro, pois, apesar da liberdade quanto aos *royalties*, o desenvolvimento da codificação de áudio e vídeo seria uma corrida contra o tempo, enquanto novas tecnologias já estariam sendo lançadas no mercado.

Embora as empresas de telecomunicações e os fornecedores de equipamentos (Nokia, Philips, Siemens, ST Microeletronics, Rohde&Sharaz e Thales) preferissem a adoção do sistema europeu devido ao tamanho do mercado já estabelecido em outros países, a adoção do padrão japonês foi influenciada pela pressão das redes de TV nacionais, como Globo e SBT sob a justificativa de que somente a escolha pelo ISDB asseguraria a sobrevivência financeira delas. Além disso, investimentos foram oferecidos pelos representantes do sistema japonês, da ordem de 400 milhões de euros.

A partir da adoção do padrão japonês começaram os trabalhos pioneiros da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) em parceria com a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ) que foram responsáveis pelo desenvolvimento do Ginga. O Ginga é um middleware nacional de código livre e aberto, possibilita agregar interatividade aos programas a serem veiculados na TV Digital do Brasil, além de dar suporte à mobilidade. O middleware, ou “camada de meio” utiliza as linguagens NCL (*Nested Context Language*) e Java DTV, declarativa e procedural<sup>5</sup> respectivamente e foi projetado com uma flexibilidade e adaptabilidade inéditas no mundo, permitindo o diálogo com os padrões estadunidense (ATSC), japonês (ISDB) e europeu (DVB).

O decreto 5.820/06 estabelece 2013 como o ano marco para a cobertura digital em todo país, e 2016 o prazo máximo para a extinção do sinal analógico, o switch off. Até 2013 o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) pretende liberar recursos da ordem de R\$ 1 bilhão com incentivos para os setores de radiodifusão, desenvolvimento de equipamentos digitais, transmissores e televisores, e produtores de conteúdo. O esperado é que, na data do desligamento, 90% da população tenha condições de receber o sinal digital. Caso a abrangência da tecnologia não atinja o esperado, é possível que haja um adiamento dos prazos e fatores determinantes para a adoção da tecnologia são o custo dos equipamentos ao consumidor final e a cadeia de valores que o meio agrega.

---

<sup>5</sup> A linguagem declarativa é mais simples usada para aplicações mais comuns. A linguagem procedural possui características mais complexas e possibilita o uso de interfaces gráficas em Java, por exemplo.

Tabela 1 – Prazo máximo para início de transmissão nas geradoras:

| <b>PRAZO</b>     | <b>LOCALIDADE</b>                                                                   |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ABRIL DE 2009    | SÃO PAULO                                                                           |
| JANEIRO DE 2010  | BELO HORIZONTE, BRASÍLIA, FORTALEZA, RIO DE JANEIRO, SALVADOR                       |
| MAIO DE 2010     | BELÉM, CURITIBA, GOIÂNIA, MANAUS, PORTO ALEGRE, RECIFE                              |
| SETEMBRO DE 2010 | CAMPO GRANDE, CUIABÁ, JOÃO PESSOA, MACEIÓ, NATAL, SÃO LUÍS, TERESINA                |
| JANEIRO DE 2011  | ARACAJU, BOA VISTA, FLORIANOPOLIS, MACAPÁ, PALMAS, PORTO VELHO, RIO BRANCO, VITÓRIA |
| MAIO DE 2011     | GERADORAS SITUADAS NOS DEMAIS MUNICÍPIOS                                            |
| JUNHO DE 2011    | RETRANSMISSORAS SITUADAS NAS CAPITAIS DOS ESTADOS E NO DISTRITO FEDERAL             |
| JUNHO DE 2013    | RETRANSMISSORAS SITUADAS NOS DEMAIS MUNICÍPIOS                                      |

Fonte – Teleco (2010)

Apesar do cronograma, o processo de digitalização é gradual e lento e não passa somente pela absorção da tecnologia, como também pelo poder de compra, e mudanças culturais na sociedade.

Em quase todos os países em que se observa a entrada da TV Digital, há um atraso nos prazos e nas perspectivas esperadas. Por exemplo, a União Européia começou a desenvolver a TVD desde os anos 90, mas ainda não resolveu completamente a transição. A previsão para desligamento do sinal digital na UE é 2012, mas a situação é diversa: enquanto o Reino Unido foi o primeiro país do mundo a disponibilizar a televisão digital terrestre (em 1995) e Luxemburgo, Holanda e Finlândia foram os primeiro países a realizar o apagão tecnológico (2006/1, 2006/2 e 2007 respectivamente), existem países da UE, como a Polônia e Romênia, que sequer iniciaram a transição da TV analógica para a digital (DENICOLI; SOUSA, 2009 apud SANTOS, 2009, p.2).

No Brasil, apesar de dificuldades diferentes, o balanço tem sido parecido: algumas regiões estão à frente de outras e muito do que se esperava está em atraso. Em matéria publicada no Jornal Folha de S. Paulo no dia 5 de agosto de 2010, mostrou-se que até então, a TV Digital no Brasil só chegara a 38 cidades e sete capitais ainda não contavam com o sinal digitalizado (o cronograma oficial previa que em Maio de 2010 pelo menos 11 capitais já deveriam transmitir o sinal digital, ou seja, de acordo com a matéria, apesar de apenas 38 cidades contarem

com o sinal digital, as 19 capitais que transmitem digitalmente correspondem ao previsto). Mesmo nas cidades onde há cobertura, somente um porcentual reduzido possui acesso ao modelo de negócios. A adesão ao sistema digital passa por dois pontos fundamentais: interatividade e oferta de conteúdo, que são propulsores para o investimento em novos televisores ou conversores e a utilização de um modo de consumo diferenciado do que o público está acostumado. BARBOSA FILHO e CASTRO (2008, p. 23) constataram que “as audiências adotam uma nova tecnologia quando estas agregam valor e fazem a diferença”.

O desenvolvimento de um sistema nacional pôde contemplar melhor a realidade brasileira, e teve dentre seus objetivos a democratização das comunicações, desenvolvimento de tecnologia brasileira e da indústria nacional. O fato de o Brasil ter saído na frente permitiu-lhe exportar know-how para países vizinhos como Peru, Chile, Argentina, Venezuela, Equador, Costa Rica, Paraguai, Bolívia e até mesmo não vizinhos como Filipinas. Os países latino-americanos estão se empenhando para criar uma digitalização compatível em todo o continente, na qual será possível trocar informações e conteúdos. A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) reconheceu a necessidade da integração continental tanto na produção de programas quanto na integração tecnológica produzindo integração cultural e ampliação do mercado num relacionamento multilateral. Brasil e Argentina entenderam a indústria cultural de conteúdos enquanto geopolítica e já estão trabalhando com esse foco. No entanto, a Argentina sai na frente devido à predominância do uso do espanhol no continente, enquanto na área tecnológica, o Brasil encontra-se em estágio mais avançado. O Plano *Estrategia para la sociedad de la información en América Latina y el Caribe* (eLac-2010) inclui a “Carta de São Salvador” que propõe a criação de uma rede continental com as seguintes propostas:

... tornar-se centros de fomento e distribuição de produtos digitais interativos e interoperáveis; promover e estimular programas de formação e capacitação de mão-de-obra especializada na produção de conteúdos audiovisuais interativos e interoperáveis para diferentes plataformas digitais; fornecer ferramentas de software para a produção desses conteúdos e prover o estabelecimento de cooperativas de produção (BARBOSA FILHO, 2008, p.157 *apud* CASTRO; FEITOSA; e VALENTE, 2009, p.8).

Ainda não existem modelos consolidados e a utilização interativa da plataforma digital poderá gerar mercados tão promissores quanto o de internet e de telefonia móvel, o que inclui softwares (informática), semicondutores (eletrônica) e produção de conteúdos (telecomunicações) – ou seja, não só os bens de consumo finais, mas os componentes. Comparado ao mercado de televisores analógicos, o de televisão digital ainda é muito pequeno, o que demonstra a possibilidade de crescimento. A introdução da televisão digital e a convergência tecnológica irão estimular a produtividade e o consumo, a geração de empregos e a circulação de divisas, num valor estimado em R\$ 100 bilhões em dez anos somente no mercado nacional. A informação passa também a ser insumo com valor agregado em uma sociedade direcionada pelas comunicações convergentes e pela engenharia do conhecimento.

O sistema brasileiro é pioneiro em alguns quesitos como mobilidade, portabilidade e interoperabilidade, que garantem a ubiqüidade dos serviços, ou seja, o acesso em qualquer lugar e a qualquer momento por qualquer dispositivo seja ele a televisão, o celular ou o computador. A interatividade está diretamente ligada com a convergência dos meios e é o grande diferencial do SBTVD.

A interatividade, adicionada pelo middleware (Ginga), só é possível se houver um armazenamento local das informações ou um canal de retorno, e poderá gerar novas usabilidades à TV Digital, como enviar e acessar dados que não possuem ligação direta com a programação. Os principais tipos de serviços interativos conhecidos são:

- *EPG*: Guia eletrônico de programação.
- *Enhanced TV*: Interação através do receptor de TV Digital.
- *Internet TV*: Acesso à internet na tela da TV.
- *Video On Demand*: Busca de programas em uma base de dados que permite ao usuário construir sua programação.
- *T-commerce*: Detalhamento de anúncios comerciais, e possibilidades de compra on-line.

- *T-govern*: Serviços públicos disponíveis na tela da TV, por exemplo o agendamento de consultas em postos de saúde, a demonstração de contas públicas e participação popular na ciberdemocracia.

- *T-banking*: serviços bancários na tela da TV.

- *T-voting*: participação em enquetes e votações públicas.

*EaD*: Educação à Distância.

- Downloads de produtos.

- Multiprogramação.

- Multisserviços de radiodifusão e de telecomunicações na mesma plataforma.

À parte os desenvolvimentos, ainda se esbarra em muitas dificuldades como o alto custo dos aparelhos e o pequeno número de programas digitais interativos. Mas, uma das falhas mais graves é que no Brasil existem brechas na legislação, que não respondem às possibilidades abertas pelas novas tecnologias. A regulação das mídias digitais é um grande desafio. Um paradoxo gerado pela modernidade é que se entra na “era da obsolescência contínua”, pois a tecnologia se renova e a política e a produção de bens simbólicos devem caminhar no mesmo ritmo. Questões políticas ligadas à história econômica, social e cultural é que dão direcionamento à história da técnica, e não o contrário.

À medida que a abundância de conteúdos aumenta, é necessário um norte para que não ocorra a perda de sentido no mar de informações. Quanto maior a quantidade de material disponível e atores envolvidos, maior a necessidade de regulação para a garantia de liberdade de comunicação e expressão, manutenção da privacidade e garantia de acesso universal.

Novas tecnologias podem resolver velhos problemas, mas também criam novos. A mundialização das tecnologias de maneira não regulada corre o risco de impor um modelo cultural dominante e de tornar os países subdesenvolvidos à mercê daqueles que produzem *know how* tecnológico. A desregulamentação acabaria favorecendo somente aos mais fortes, que já se impuseram no mercado.

Por mais que haja liberalização, não há relações sociais totalmente transparentes. À medida que as técnicas evoluem, ao invés de se esperar a liberdade extrema, sonho da democracia, pelo contrário, necessita-se de um maior controle para garantir a democratização a todos e proteger a liberdade de cada um.

A desregulamentação seria aceitável se estivéssemos nos referindo somente às questões técnicas, mas as leis são necessárias para controlar o equilíbrio entre o desenvolvimento social e cultural, outras dimensões da comunicação, proporcionado pelas tecnologias. A evolução dos modelos culturais é muito mais complexa e lenta do que a mudança das técnicas. Quanto mais pessoas fazem uso de uma tecnologia mais imprevisível torna-se o rumo e a evolução que esta tecnologia irá tomar. A regulação é desafiante e necessária de modo a garantir a igualdade de acesso sem restringir as liberdades civis, principalmente em um ambiente digital interligado, vulnerável e suscetível a mudanças de todos os tipos e em todas as direções.

A Revolução tecnológica que estamos presenciando poderá provocar mudanças no uso dos conhecimentos e nos relacionamentos entre as pessoas, portanto, a regulação é fundamental para se garantir o equilíbrio entre os indivíduos, as instituições e as empresas, visando o desenvolvimento sustentável nos aspectos humano e social, econômico – mercadológico, industrial e comercial. As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) abrem caminhos que devem ser delineados em pontos basais como a manutenção do direito do autor fundamental para o estímulo à criação intelectual (mesmo em um ambiente onde a autoria fica sob questão diante das possibilidades de intervenção); a preservação da competitividade de modo que todos possam participar e os mais fortes não se imponham engolindo os mais fracos; a disponibilização da participação popular e da interatividade; o oferecimento de diversos pacotes de serviços que contemplem a variedade do público; e a criação de uma rede de produção independente com clara lógica de funcionamento com estímulo à criação de conteúdos colaborativos e inovadores.

Portanto, mesmo que a tecnologia esteja adiantada às esferas da sociedade, os poderes públicos precisam regulá-la. Em seu livro “Internet, e depois?” WOLTON (2007, p. 33) metaforiza que “os homens, frente às tecnologias

de comunicação, estão, como o coelho branco de “Alice no país das maravilhas”: sempre atrasados, sempre com pressa, sempre obrigados a ir mais rápido.

Apesar do ritmo acelerado do desenvolvimento tecnológico, o compasso da regulamentação no Brasil também é bem lento: a Lei nº 4.117 sobre radiodifusão que criou o Código Brasileiro de Comunicações data de 1962, e pouca coisa foi modificada com a Constituição de 1988. Em 1995, houve uma Emenda Constitucional que separava a radiodifusão das telecomunicações e com a convergência atual, torna-se novamente obsoleta. Após 1997, as telecomunicações foram privatizadas e passaram a oferecer novos serviços em equipamentos de múltiplo uso com novos modelos de negócio não previstos pela lei, o que criou um mercado sem regras.

A prioridade deveria ser a formulação de um marco regulatório que englobe regras ao compartilhamento das plataformas tecnológicas (convergência) e às empresas de transmissão integrada, tais como conhecemos atualmente, que oferecem serviços de telefonia, TV por assinatura e internet, provavelmente, com a disseminação da TV e da rádio digitais, estas estarão incluídas aos ofícios. A convergência das redes ocorre mais rapidamente do que a convergência dos conteúdos, muito porque os interesses das empresas ficam a mercê do desenvolvimento de uma regulamentação adequada que também atente ao oferecimento democrático ao público em geral. Somado a isso, a escolha do modelo de negócios pode acelerar ou atrasar a implantação de uma nova tecnologia.

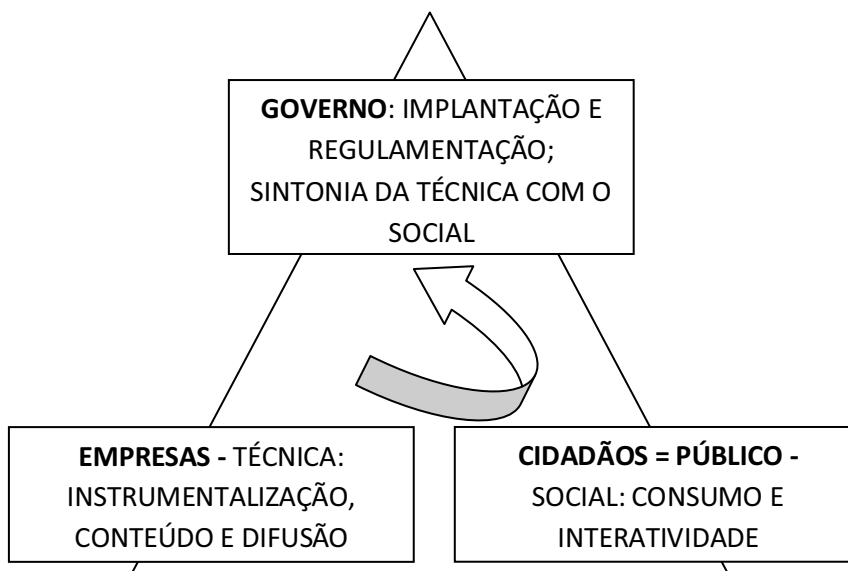
Além do Código Brasileiro de Telecomunicações, também regulam o setor a Lei Geral das Telecomunicações (9.472/97) e a Lei do Cabo (8.977/95). Todas elas apresentam questões não solucionadas às novas possibilidades das TICs, tanto ao que as tecnologias permitem, quanto ao uso mutável que cada sociedade produz.

Desde 2003 existe a tentativa de criar uma Nova Lei Geral de Comunicação Eletrônica, que ainda não foi outorgada mesmo com a mobilização de setores da sociedade. O próprio mercado é que tem direcionado as mudanças de regras no setor.

Tomando-se como realidade o Brasil e as limitações da população pela pobreza e concentração das empresas de comunicação, a regulamentação deve

assegurar a comunicação democrática no sentido de custos, geração de empregos, desenvolvimento interno e educação dos públicos.

O funcionamento adequado de uma nova tecnologia precisa contar com a participação de governo, empresas e cidadãos e no caso da televisão digital poderia ser da seguinte maneira esquematizado:



Fluxograma 1 - Funcionamento de uma tecnologia dentro da sociedade  
Fonte - Crédito do autor

Observa-se que o governo é o responsável por “puxar” o processo e “ditar as regras” ao estabelecer as leis, baixar os decretos, e buscar promover a inserção de uma nova tecnologia de maneira justa no mercado tanto para as corporações quanto para o público. No modelo digital, as empresas e os consumidores encontram-se no mesmo patamar, porque a partir de então, o ideal é que passem a ter o mesmo poder de comunicação, conseguido através da interatividade e da circulação dialógica de informações. Apesar de no esquema haver uma sobreposição do governo aos demais, tanto os cidadãos como as empresas constituem a sociedade como um todo e são grupos de pressão importantes para o direcionamento das escolhas a serem feitas e do desenvolvimento do processo de digitalização conduzido pelo governo.

A usabilidade do modelo de negócios é equilibrada pelas ofertas das empresas e pelo consumo do público. O funcionamento do padrão dentro do sistema e do modelo proposto é uma troca (representada no fluxograma pela seta) entre as

três partes. Não é simplesmente o funcionamento do mercado que irá incluir os públicos na era da informação, por isso há de haver uma intervenção do poder público.

## 1.2 A informação nos diferentes suportes

A TV Digital está imbricando a reorganização dos papéis e uma nova forma de se assistir televisão – com mudanças no modelo de negócios, além disso, será possível reunir num único meio textos, imagens, sons e dados num discurso áudio-tátil-verbo-moto-visual que implicará mudanças na organização da grade de programação e na recepção. Quando a internet vai para a TV ou a TV vai para a internet ocorrem mudanças destacadas com relação ao fluxo de consumo. O diferencial da televisão é o seu caráter ao vivo e o diferencial da internet é a navegação. Quando os dois caracteres, quase opostos, se juntam muda-se a perspectiva de uso.

Raymond Williams cunhou o conceito de fluxo televisivo na década de 70, segundo o qual a programação na TV não é marcada por eventos específicos - como fora nos meios anteriores, livros e peças teatrais - mas constitui sequência. Enquanto nos livros valorizam-se os personagens, no teatro está sob destaque a ação em cena, na TV, a programação, e finalmente, nos novos meios digitais, evidencia-se a simulação e os processos nos quais os usuários colaboram na performance. O fluxo, interconectando diversos conteúdos, influi na elaboração de sentido do usuário, sendo a sensibilidade comunicativa temporal, especialmente na televisão. As tecnologias são capazes de influenciar nossa percepção:

Segundo o artista e teórico Peter Weibel (2000, p.153-159), as mídias aceleraram, paralelizaram e multiplicaram a nossa percepção de tal forma que somos capazes de perceber coisas em um espaço-tempo menor. Para Weibel, a recepção das tecnologias se dá a partir de um processo de enganar os sentidos e o cérebro. Além de compor técnicas de imagem, de tempo e de espaço, o conjunto constitui uma lógica temporal (*Zeittechnologie*) que visa extinguir o tempo biológico e negar a morte. (GARCIA, 2008, p. 105)

Em seu livro, “A sociedade em rede”, CASTELLS (2007), diz que o tempo está sendo fragmentado pela nova lógica de conectividade. O autor desenvolve o conceito de “tempo intemporal”, que é aquele não cíclico e aleatório e “tempo dilatado”, que provoca a sensação de presente eterno. A ausência do outro na ação (que pode estar presente apenas virtualmente) ajuda a suprimir as barreiras do tempo. Como não há comunicação sem deslocamento do tempo, o aumento na velocidade da comunicação altera as relações com a informação. Contudo, nem sempre rapidez, significa eficiência: a comunicação humana presencial é mais complexa do que a rapidez proporcionada pela máquina.

CASTELLS (2007) segue o pensamento apontando que quanto ao espaço, há uma desterritorialização que altera as relações do físico para o fluxo de capital, informações e tecnologias. É a virtualização dos ambientes em que se pode estar sem sair de casa. Se na época da colonização o homem lutou para conquistar espaços, baseado nos poderes da economia e da política, os fatores de poder atualmente são o tempo e a velocidade.

Além da atemporalidade e da desterritorialização, a sociedade em rede contribui para alterar também as sociabilidades e as linguagens. O modo como se fala conectado é diferente, e as relações se alteram, no sentido de que é possível desconhecer o vizinho e ser íntimo de um estrangeiro. Quando nos integramos aos programas interativos e transportarmos nosso corpo virtual para dentro da tela, seremos todos vizinhos virtuais. Dessa forma, a relação usuário-meio é determinante, sem ser determinista, pois por mais que as perspectivas estejam alteradas, o cérebro humano ainda controla o uso.

O aumento da oferta de conteúdos e variabilidade a partir do broadcasting<sup>6</sup> pôde manter o usuário mais intimamente ligado ao meio. A partir da evolução dos suportes e da digitalização, o fluxo torna-se cada vez mais intenso. No livro e no teatro, o público relaciona-se com a noção de programar-se para determinado evento. Na televisão, o público relaciona-se com o meio através do fluxo seqüencial que retém a atenção, e é espectador: o ininterrupto fluxo de imagens é mais importante que o próprio conteúdo. No livro “Elogio do grande público”, WOLTON (1996) enumerou algumas características do meio televisivo,

---

<sup>6</sup> Mesma mensagem enviada para diversos receptores ao mesmo tempo.

enumerados a seguir. A televisão é consumida por seu aspecto fluido que proporciona a despreocupação e despreensão do usuário. O dinamismo e a ausência de limites direcionam a sequência lógica entre as unidades significativas, caracterizando o grande público e a imprevisibilidade das audiências, apesar das pesquisas de opinião e consumo.

Já nos meios digitais, o fluxo é direcionado pelo próprio usuário, numa inversão da lógica de programar-se: ao invés de o usuário esperar por determinado evento, determinados eventos esperam pelos usuários que irão garantir-lhes significação.

Iniciando uma distinção dos meios, se pode destacar que há 60 anos a televisão tem sido o principal meio de informação, entretenimento e cultura da maioria da população, e ao mesmo tempo em que informa, distrai e educa. Como qualidades de base desta, estão o espetáculo, a identificação, a representação e a racionalização. O objetivo da TV é o espetáculo, figurativizado por protagonistas (celebridades, ídolos) frente aos telespectadores, que são bem separados em sua posição. A televisão é capaz de retratar e modificar as representações que as pessoas fazem do mundo, com base nas interpretações que cada um confere ao que é visto; e também de produzir heróis e anti-heróis, que através da identificação, são capazes de entrar em choque com os modelos da educação da escola e da sociedade na construção de identidades. A dimensão técnica da TV são as imagens e o espetáculo.

Do ponto de vista social da comunicação, a televisão generalista, enquanto meio de massa, atua como laço social e como integrador da identidade nacional. A noção de laço social foi inicialmente cunhada por Émile Durkheim e esteve ligada às práticas sociais institucionalizadas vinculadas à sociedade e à política. Posteriormente, pôde-se perceber que o papel de integração social poderia ser estendido a outros meios não-institucionais, tal como a televisão, que passou a agregar esta função à medida que promovia o reconhecimento de um espaço nacional da comunicação. Enquanto assiste, o espectador compartilha com todo o imenso público anônimo um laço de conhecimento comum.

A TV, diferentemente do livro, é responsável pela criação de uma imaginação coletiva em prolongamento ao pensamento privado de cada um que

assiste, é um “espelho da sociedade”, capaz de garantir a aliança entre o indivíduo e a comunidade através de imagens. Deve-se reconhecer que ainda há um déficit na representação igualitária de todos os povos e que a televisão brasileira, não retrata de maneira igualitária todos os brasileiros, todas as culturas e todas as comunidades. Mas também se deve considerar que a TV é um instrumento de coesão nacional, pois atinge a todos gratuitamente, e há uma constante busca pela variedade de temas e públicos, que lhe garante a confiabilidade.

O público da TV é o grande público, indistinto e multiforme – uma mistura dos públicos popular, médio e de elite, o que o torna complexo. O trunfo da televisão está na vinculação a este público, pois assim passa a ser um meio de massa e um instrumento democrático. A massificação é responsável pela produção de grandes mercados e da opinião pública. A televisão é o meio que consegue atingir um grande número de pessoas e seu papel de generalização é fundamental para a manutenção da democracia.

Vivemos na época da teledemocracia, onde vimos nas telas o retrato eletrônico de um povo. MOYERS (1989, apud KERCKCHOVE, 2009, p. 34) chamou a televisão de “mente pública”, ou seja, muitas vezes projeta-se na tela o modo de pensar. A televisão é democrática e promove a democracia à medida que é acessível a todos e oferece conteúdos de todas as naturezas, atingindo ricos e pobres, jovens e velhos, cultos e não-cultos. No entanto, apesar de o ponto positivo da televisão ser sua abrangência, ela acaba por produzir reações enlatadas e homogêneas, ou uma igualdade cultural.

O consumo na televisão é livre e igualitário. Livre, porque sempre que se assiste não é preciso prestar contas a ninguém, sendo fruto de vontade própria, cada um busca o que quer; e não existe uma interpretação obrigatória, que pode florescer através da polissemia das imagens. Por outro lado, ao mesmo tempo em que a imagem pode ser polissêmica, ela favorece a igualdade devido à facilidade de entendimento, que pode ser, inclusive, direcionado, mas não passivo.

O sentimento de liberdade e igualdade favorece a colocação da TV como um instrumento de lazer e conversação entre a população. O entretenimento é inerente à TV: todo programa televisivo sempre deve entreter, mesmo que seja informativo. O entretenimento é usado pelas indústrias culturais para organizar as

identidades coletivas e o reconhecimento identitário daquele que assiste com aquilo que é mostrado. É comum que os espectadores da TV coloquem em suas conversas diárias aquilo a que assistem, prolongando o momento do entretenimento além do tempo em que se esteve ligado ao meio.

A mágica da televisão está em levar o público para o local de ação dos fatos, o que significa um prolongamento da visão, capacitando a cada um presenciar acontecimentos em todo o mundo e em tempo real, transformando a terra em uma aldeia global (MCLUHAN, 1969) – ou seja, ao mesmo tempo em que se vive em uma “aldeia”, se tem noção da globalidade.

Para organizar esta globalidade e a generalização foi preciso criar a noção de programação na TV. A grade de programação também serve como guia para a população. O público, muitas vezes, usa a programação televisiva como um relógio e calendário para organizar as atividades do seu dia-a-dia. Por exemplo, jantar na hora da transmissão do Jornal Nacional, reunir a família para assistir à novela. Além disso, a programação é necessária para que se tenha noção da separação entre o que é entretenimento e o que é informação, pois enquanto os públicos se entretêm podem portar-se apenas como espectadores e enquanto se informam são espectadores e também cidadãos. Em continuação às duas características acima apresentadas, a terceira função da programação é auxiliar as pessoas no ordenamento da realidade, no equilíbrio diante da descontinuidade e do fluxo de imagens organizando-se no consumo dos diferentes tipos de programas.

A programação constitui a despretensão em presenciar ao acaso os programas que estão por vir, sendo esperados ou inusitadamente um conteúdo que agrada sem ser procurado. A banalização é condição para a entrada “descompromissada” da programação televisiva nas casas da grande massa.

As mídias generalistas oferecem uma mistura contínua e diversificada de imagens, e desse modo, contemplam a heterogeneidade social e são capazes de interessar alguém para além do seu centro natural de interesse. Ao atingir tanto aqueles que se identificam com o conteúdo, quanto outros que não esperavam por ele, mas acabam assistindo, a televisão fortalece seu papel de vínculo social.

A idéia de programação está diretamente ligada à lógica da oferta. A oferta funciona visando o grande público, ou seja, agradar o maior número de

pessoas. Sob o ponto de vista da quantidade, a oferta torna a comunicação mais ampla nivelando as diferenças sociais e culturais dos telespectadores. O que não tira-lhes a criticidade, pois o público da TV é o mesmo que os cidadãos, que não são passivos na sociedade.

Quanto à organização dos conteúdos, a generalização acaba por implicar que a TV prefira a repetição à análise e o mito ao fato, como tantas vezes se pôde observar em coberturas sensacionalistas diretamente ligadas também às características de espetáculo e entretenimento intrínsecas ao meio.

O tempo de reflexão para quem assiste à TV é sempre curto, uma vez que logo em seguida aparece outro programa e outro assunto, tempo que não é individual e deve ser adaptativo ao próprio fluxo. Esta montagem deixa o telespectador à mercê da programação, o que justifica, na maioria das vezes, a fraqueza da interação quando se trata de televisão analógica, não só pela falta de possibilidades oferecidas, mas também pelo hábito de estar inerte.

Na internet, o usuário é agente, navegando nas multiplicidades da cibercultura e na variedade de imagens da modernidade. Os meios devem ser encarados sob uma perspectiva de desenvolvimento, e não de oposição.

Na internet, através da navegação e da interação, todos são emissores e receptores, o que relativiza a noção de contemplação e espetáculo. O objetivo é superar a barreira entre o espectador e o atuante, constituindo um novo tipo de usuário. Concomitantemente ao lazer, o usuário da internet é ativo. Nas novas mídias existe a capacidade de interação e a necessidade de agir - *“do it yourself”* - com o realce da criatividade e do poder de criação. Proporcionalmente ao crescimento do público do meio, está o aumento da expressividade. A net tem se tornado um ambiente de disseminação da opinião pública, das obras artísticas underground e de materiais alternativos.

Em uma comparação entre a sociedade do espetáculo, representada pela TV comum e o ciberespaço, possibilitado pelos meios digitais, o professor Juremir Machado da Silva destaca:

No “Espetáculo”: o outro é uma miragem; vive-se por procuração; o mal deve ser eliminado por heróis; o mundo divide-se entre palco e platéia; o homem comum tem a função de contemplar; o cidadão da modernidade torna-se o espectador da pós-modernidade; pratica-se o fetichismo da celebridade; cultua-se o onanismo por excesso de imaginação; só a celebridade é digna de uma narrativa e tem o monopólio da visibilidade – a visibilidade é um fim em si mesmo.

Na “Terra do Sempre” [Ciberespaço]: O outro é o horizonte, vive-se por interação, o mal deve ser exorcizado em cada nó da rede, a comunidade é o bem supremo, o encontro intertribal é a grande utopia; a imagem tem a função de laço social, pratica-se o onanismo técnico como “antecipação” virtual de contato; todos têm direito à auto satisfação, ao cuidado e à exibição de si, a um lugar público e ao narcisismo (ser protagonista, contar-se para um outro anônimo) e à exibição do eu interior; o homem comum recupera, em tese, o direito à apresentar sua experiência cotidiana como narrativamente relevante e passível de universalização como exemplo de uma sensação partilhada/partilhável; a visibilidade torna-se um direito pretensamente universal e tecnicamente possível para todos; a visibilidade é um meio de estabelecer contato.

(SILVA, 2006, p.9)

O fato de o receptor poder ser qualquer usuário do mundo deixa a internet e os novos meios atrás da televisão, quando o quesito é integração social. Existe a possibilidade da socialização em rede, mas como o consumo de informação pode ser individual, não são todos que vêem a mesma coisa, a construção de identidade e consciência torna-se multifacetada. Cada um tem a chance de se relacionar virtualmente, mas acaba encontrando dificuldades em se expressar nas relações pessoais, dessa forma, a net acaba criando uma solidão organizada. Enquanto a banalização e o assistir descompromissado são características fundamentais da televisão, na internet prevalece a especialização, a busca pelo que interessa a cada um. Esta especialização é resultado de uma evolução sócio-cultural e dos saberes adquiridos ao longo do tempo. Entretanto, as redes sociais relativizam a idéia da solidão organizada, pois, embora se busque gostos individuais, as redes criam relacionamentos. Mesmo sendo virtuais, esses relacionamentos possuem alguma ponte com o real. Como meio de comunicação, a internet passa a ser também um instrumento de socialização.

A internet ainda não é um meio do grande público, mesmo que o acesso esteja facilitado, atingir o grande público passa além da quantidade, está relacionado a questões políticas e culturais. A maior disponibilidade de informações na rede e a

ausência de controle poderiam legitimar a internet como um meio livre. Mas, a desigualdade nas perspectivas do uso e o fato de usuário ser enxergado como consumidor, e não como cidadão, minimiza uma visão geral que poderia se ter do público. A net é um sistema de informação, não é um sistema de mídia, não é um sistema de comunicação, pois não há comunicação sem espaço definido e sem uma vista nem um controle de quem especificamente seja o público, onde ele está e quais são as relações entre o coletivo e o individual. Ao se caracterizar a internet como um sistema de informação e não de comunicação, não se tira o mérito nem a performance, pois como tal, ela pode informar muito mais que os meios tradicionais, mas necessita de uma regulamentação, de uma delimitação e de uma noção de comunidade para criar a comunicação. Caso contrário, estará muito mais para a variedade de informações do que para as relações interpessoais. Assim, outras duas funções que podem ser possibilitadas pela net são a expressão e a comunicação.

Embora a internet, como todos os meios, busque garantir a integração entre o indivíduo e a comunidade, ela é principalmente um campo que favorece a individualização e a liberdade. Três palavras dão a cara às novas tecnologias: autonomia, domínio e velocidade – cada um pode fazer o que quiser, da forma que quiser e em tempo real. Ao invés do consumo livre e igualitário, na net o consumo é personalizado. O direcionamento permite a busca por conteúdos individuais como jogos, governo eletrônico, telecomércio, artes e teleeducação, por exemplo.

A liberdade e as mudanças na produção, nos produtores e na forma dos conteúdos, acabam por produzir uma nova linguagem que poderá dar origem a uma nova cultura: as novas mídias abrem espaço para um ideal de colaboração on-line e de igualdade de expressões, com a supressão das hierarquias.

Pondo em xeque as hierarquias, os novos meios produzem um conflito de gerações, uma brecha digital. Enquanto os mais velhos estiveram acostumados com a programação e a organização da TV, os mais jovens, que recusam as mídias de massa, querem participar e se diferenciar das gerações anteriores e são atingidos mais facilmente pelas novas tecnologias. A internet torna extremo o conceito de “aldeia global” (MCLUHAN, 1969), pois além de ser possível saber do mundo em nível local, o planeta se torna um “ovo eletrônico” interconectado.

Em oposição à idéia da programação televisiva, na internet prevalece a edição, na qual os indivíduos constroem seus próprios conteúdos através da navegação. As narrativas na internet e nos meios digitais estão organizadas sob o formato do hipertexto. O termo foi cunhado por Ted Nelson na década de 1960 e em sua visão significa um labirinto insolúvel e interconectado em associações da escrita. A organização complexa também está diretamente relacionada com a avalanche, cada vez maior, de informações disponíveis. Nelson percebeu a riqueza que o hipertexto ofereceria, mas também notou que não seria capaz de decifrar, em toda sua vida, os limites que poderiam ser atingidos e ultrapassados. Para os estudiosos do assunto, o hipertexto é também um símbolo da inesgotabilidade da mente humana; uma comparação entre a rede cerebral e a rede de elétrons; uma forma relacional de organizar o conhecimento. A ideia de hipertexto é fruto das teorias pós-estruturalistas e contrária ao racionalismo grego que organizava os saberes sob o método cartesiano. Os hipertextos são como raízes sem um caminho fixo e capazes de chegarem a diversos pontos de maneiras distintas. A visão estética do hipertexto como “rizoma” provém da conectividade de ideias no modelo do filósofo Gilles Deleuze. Segundo LÉVY (1993, p. 25) os princípios do hipertexto são:

1. Princípio da metamorfose: a rede hipertextual está em constante construção e renegociação [...];
2. Princípio da heterogeneidade: os nós e as conexões de uma rede hipertextual são heterogêneos [...] O processo sociotécnico colocará em jogo pessoas, grupos, artefatos, forças naturais de todos os tamanhos, com todos os tipos de associações que pudermos imaginar entre estes elementos;
3. Princípio de multiplicidade e de encaixe das escalas: o hipertexto se organiza em um modo “fractal”, ou seja, qualquer nó ou conexão, quando analisado, pode revelar-se como sendo composto por toda uma rede [...];
4. Princípio de exterioridade: a rede não possui unidade orgânica, nem motor interno. Seu crescimento e sua diminuição, sua composição e sua recomposição permanente dependem de um exterior indeterminado [...];
5. Princípio de topologia: nos hipertextos, tudo funciona por proximidade, por vizinhança. [...] A rede não está no espaço, ela é o espaço; e
6. Princípio de mobilidade dos centros: a rede não tem centro, ou melhor, possui permanentemente diversos centros (LÉVY, 1993, p. 25-26).

A organização dos saberes sem hierarquias fixas e sem linearidade significa também uma maior autonomia de interpretação para o leitor possibilitada pela busca da pluralidade de significados, hipóteses e interpretações, sem que a palavra do autor seja imperiosa.

Com o hipertexto e as hipermídias, os limites entre os segmentos tornam-se mais fugazes, a ponto de o fluxo não ser suficiente por si só, sendo necessária maior intervenção do usuário. A natureza do fluxo, seja no livro, nas peças teatrais, na televisão ou na internet, configura as experiências midiáticas dos receptores. A cada tecnologia e nova invenção o homem é refeito, da forma que as extensões o afeta emulando, estendendo ou amplificando o poder da mente. À medida que o homem se “estende” graças a cada nova tecnologia, aumentam suas capacidades e concomitantemente, seus desafios.

Nas tecnologias digitais prevalece a lógica da demanda, no entanto, os novos meios não são dominantes, mas complementares aos anteriores. Para haver uma lógica da demanda, é necessário que haja consolidada uma lógica da oferta primeiramente, o acesso não suprime a superioridade do saber e do conhecimento.

No caso de querer facilitar o acesso à cultura é preciso diversificar e ampliar a oferta cultural, e não somente se preocupar com a demanda que supõe o problema resolvido. Para formular uma demanda, é necessário dominar o acesso ao mundo; e todo o sentido do lento movimento de emancipação política e cultural há mais de um século consiste, por intermediação, de uma oferta a maior possível, em ampliar a capacidade de compreensão do mundo. (...). É nesta melhor capacidade de compreensão do mundo que permite, em um segundo momento, formular uma demanda. Contrariamente ao discurso dominante atual, *a emancipação passa primeiro pela oferta e não pela demanda*. Pois é a oferta que permite constituir campos de experiência a partir dos quais, posteriormente, a demanda se manifestará. É preciso salientar isso no momento em que as mídias temáticas e a internet exaltam incessantemente a demanda e a apresentam como um progresso em relação à oferta. Ela não é um progresso, é simplesmente um complemento (WOLTON, 2007, p.66-67).

A lógica da demanda levada ao extremo traz o risco to “one to one”, que levaria a comunicação a sua escala zero, ou seja, escaparia da coletividade para o individual. A especialização também é responsável pelo encarecimento do processo,

uma vez que *demand*a uma maior quantidade, variedade e aprofundamento dos conteúdos disponíveis. A interatividade fornecida pelos computadores é que proporciona a autonomia individual.

A própria forma de lidar com o conhecimento humano mudou com a internet. Se antes prevalecia a oferta, o espetáculo, o mito, em dependência da memória de cada um; a internet com sua imensa disponibilidade de conteúdos torna tudo alcançável, tudo concebível. O armazenamento dos saberes no cérebro foi substituído pelo aprendizado *“just in time”*. A competitividade abriu margens para a colaboração, a conectividade e a integração. A colaboração e a construção de uma inteligência coletiva vêm suprir as brechas da inteligência e da razão individual. Há um desenvolvimento em profundidade da inteligência particular e abrangência da inteligência social. Além disso, não lidamos mais com apenas uma informação de cada vez, mas com a simultaneidade e a simulação, que permitem manipular processos em funcionamento e a aceleração do *feedback* entre os participantes. A internet é um meio adaptável que sugere a exploração do individual e do coletivo, do oral, do escrito, da imagem e do vídeo ao mesmo tempo.

As autoestradas da informação estão se juntando para formar um único ambiente cognitivo onde o usuário individual, o consumidor e o produtor ao mesmo tempo se transformam numa espécie de entidade ubíqua e nodal/neural. Nessa nova configuração, o mundo exterior não está fixo nem é convencionalmente “real”, mas age como uma super ou hiperconsciência ativa em permanente fluxo de mudança e de ajustamento às necessidades locais e circunstanciais. (KERCKHOVE, 2009, p.222)

Se cada um aprende a seu tempo, demanda o que quer, e edita da forma que acha melhor, isso significa que a liberdade da internet favorece a interação que pode ser ditada em ritmo pessoal.

Tendo em vista as características da TV analógica e da internet, o que se espera é uma soma das diversas características em um único ambiente. A evolução proposta pela TV Digital ainda é muito incerta - à medida que quando se toma a TV Digital como objeto de estudo, inevitavelmente se foca na agregação e na influência de tecnologias anteriores. Quando se trata de formulações aditivas, significa que o meio ainda não tem definição por si só, e depende dos outros para se figurar.

Sendo a espetacularização, uma característica intrínseca à TV e ao divertimento, com a TVD não será diferente, com a nota de que dentro do meio digitalizado caberão desmembramentos do espetáculo, favorecendo a criatividade e a manifestação de diversos pontos de vista e da diversidade. A TVD, se amparada por uma legislação justa, poderá significar democratização da informação, que pode ser entendida como acesso à mídia, geração de conteúdos plurais e diversidade de propriedades.

Do ponto de vista da integração nacional e da promoção da democracia, a televisão presente em todos os lares será um laço social e um eletrodoméstico comum, guiado por uma programação mais ou menos homogeneizada. Apesar da ampliação dos espaços e dos conteúdos, das possibilidades de desprendimento, o consumidor cultural tende a fazer uma ligação com o que está próximo de alguma forma (não necessariamente física) e é passível de identificação.

A TVD será um meio de massa se forem cumpridas as intenções de inclusão social e digital previstas nos Decretos 4.901/03 e 5.820/06 que a instauraram, e se for entendida como extensão ao ato cotidiano de assistir TV. Contudo, é provável que não seja um meio de massa se entendida em sua completude (alta definição, interatividade, portabilidade e mobilidade), pois poucos irão explorar as novas características, pelo menos a curto prazo. É provável que o grande público “assista a TV Digital de maneira analógica”, ou seja, não intervindo na programação. A intenção é trabalhar para que esta situação mude.

Sendo assim, o acesso e a intenção irão determinar o uso em um consumo personalizado. Mesmo que o uso diferenciado seja realizado por poucos, esta diferenciação caracteriza a personalização, que ainda que não se efetive, é possível. À medida que as pessoas aprenderem a interagir e a navegar no novo meio, elas terão em mãos uma ferramenta para o direcionamento dos conteúdos.

A TVD relativiza a noção de ovo eletrônico, pois mais que a conectividade da internet, as imagens da TV tornam o outro próximo. Contudo, mesmo que o mundo esteja todo interligado, cada país, cada comunidade e cada sociedade possui sua forma de consumir TV. De nada adianta a ligação eletrônica se não houver ligação cultural.

Como forma televisionada, será necessário à TVD manter uma noção de programação, direcionada ao usuário comum. No entanto, essa programação será passível de edição, pelo usuário diferenciado.

A lógica da oferta (ligada à programação) poderá ser submetida à lógica da demanda (ligada à edição). Mesmo que conteúdos homogêneos sejam oferecidos, estes conteúdos, se interativos, irão conter rizomas pelos quais o interator irá escolher o caminho a seguir.

Quando a espetacularização engloba a criatividade, ela determina que o sujeito, através de seu ponto de vista, mais do que nunca, seja quem confira significação ao meio. O formato, os conteúdos e o uso na TVD poderão desmistificar crenças, produzir novas ilusões ou servir como fonte de conhecimento.

Como um instrumento autoritário, a TV programada irá continuar oferecer programas sem que o espectador espere por eles, sem que seja de acordo com seu gosto, no entanto, caberá ao espectador que se transforma em interator ditar seu ritmo pessoal a esta nova televisão que pode parecer absolutista, à primeira vista, mas é democrática.

Podemos resumir a diferenciação acima descrita no seguinte quadro:

| TELEVISÃO                                                         | INTERNET                                                    | TVD                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Espetáculo, identificação, imagens, representação, racionalização | Não-espetacularização, interação, criatividade, criação     | Espetacularização a favor da criatividade                                                               |
| Laço social                                                       | Solidão organizada                                          | Laço social em comunidades                                                                              |
| Mídia de massa vinculada ao grande público                        | A Net é um sistema de informação, não é um sistema de mídia | Mídia de massa com um sistema de informação agregado                                                    |
| Consumo livre e igualitário                                       | Consumo personalizado, conflito de gerações                 | Consumo personalizado (por poucos)                                                                      |
| Instrumento de lazer e conversação                                | Nova linguagem/ nova cultura                                | Instrumento de lazer e conversação que permite a exploração de uma nova linguagem/nova cultura          |
| Terra como "Aldeia Global"                                        | Terra como "Ovo Eletrônico"                                 | "Ovo eletrônico" relativizado ao uso                                                                    |
| Programação                                                       | Edição + Hipertexto                                         | Programação editável: módulos digitais                                                                  |
| Lógica da oferta                                                  | Lógica da demanda                                           | Lógica da oferta + demanda                                                                              |
| Mitos                                                             | Aprendizado " <i>just in time</i> "                         | Paradoxalmente produz a desmitificação das crenças, cria novas ilusões e é também fonte de conhecimento |
| Tempo de reflexão curto, sem interatividade                       | Ritmo pessoal, favorece a interatividade                    | Ritmo pessoal                                                                                           |

Quadro 1 - Comparativo televisão, internet e TVD  
Fonte - Crédito do autor

Ao estudar as características de um novo meio concluímos que cada suporte corresponde ao momento histórico e constitui uma forma de se produzir narrativas, e com isso ampliar a capacidade de entender o mundo e o papel do sujeito dentro dele.

Quanto ao suporte, a TVD continuará sendo televisão, com as características que a consolidaram em mais de seis décadas de história, mas no uso será internet e televisão – o que não significa simplesmente a soma das duas, mas um novo meio.

MCLUHAN (1969) estabeleceu a máxima “o meio é a mensagem” em sugestão à forma que o produto possa ser apresentado e conseqüentemente, como será usado em cada veículo. Uma mesma notícia na TV ou no jornal impresso produzem mensagens diferentes de acordo com a própria relação do público com o meio e a extensão que este provoca. Todavia, é preciso acrescentar a ressalva de

que todos os meios conhecidos até agora, foram capazes de apresentar produtos bons e ruins conforme o significado a que se propuseram implicar.

A convergência e a interatividade abrem margens para novas propostas de se fazer TV Digital. Não significa dizer que será o fim da narrativa linear e da TV seqüencial, pois continuarão a existir as pessoas que melhor se adaptam a esse formato. WOLTON (1990) fez a seguinte metáfora: as pessoas se acostumaram com a transmissão “média” da televisão, como se fosse um “fio de água morna”, que embora não agrade, também não incomoda: oferece uma comunicação com muitos ruídos que permite um escape nos momentos de descanso. Por outro lado, a abrangência e a intensidade que a TV Digital fará surgir, será como um “fio de água fervente”, o qual somente alguns usuários terão capacidade para digerir.

Fundamentalmente, a TV Digital, ao unir em um novo meio as características principais da internet e da televisão analógica irá proporcionar o acesso em tempo real e interativamente, mas enfrentará quatro principais desafios:

- *Unir o consumo individual característico da internet ao caráter coletivo da televisão.*

Enquanto o consumo individual favorece o aprofundamento, o consumo coletivo contempla a integração sócio-cultural. Uma crítica às tecnologias de massa é a sua superficialidade, e uma ameaça produzida pela má utilização dos novos meios é abandonar a dimensão coletiva e se dirigir somente para a dimensão individual, o que provocaria um desmembramento da coletividade construída nos 60 anos de televisão e uma solidão organizada. A televisão digital possibilita a especialização do público e a fragmentação, mas não deverá romper os laços sociais que a televisão analógica foi capaz de consolidar, caso contrário estaria se invertendo as prioridades entre a técnica e a finalidade integradora do meio.

Continuarão a existir pessoas que preferem a linearidade da grade horária, e a TVD não irá romper totalmente com isso. A idéia provavelmente evoluirá para “módulos digitais”, onde estarão disponíveis diversas informações visuais, com uma linguagem diferenciada para o meio, dentro do qual o usuário navegará e irá escolher o que lhe agrada. Muitas vezes, a navegação deverá ser feita de maneira sobreposta, explorando a convergência de arquivos de áudio, materiais lineares e materiais interativos.

A dispersão poderia ocasionar também uma queda na qualidade, uma vez que somente os públicos melhores instruídos teriam condições de utilizar a “liberdade de escolha” de conteúdos, é a busca do equilíbrio entre a oferta e a demanda, o público e o privado.

Antes de todos deixarem de assistir a praticamente à mesma coisa, é necessário que haja uma educação das audiências. A maior disponibilidade informacional confere a ilusão de que mais pessoas podem ter acesso a conteúdos diversificados. Entretanto, a especialização pode aumentar ainda mais o abismo, cultural ou social, entre as elites e os menos favorecidos. É um paradoxo que a individualização seja considerada um progresso e que o sinônimo de sucesso dos meios seja a maior quantidade de pessoas atingidas - a comunicação sempre visou o envolvimento das pessoas.

Vivemos em uma sociedade que ao mesmo tempo em que é individualista, é de massa, na qual contraditoriamente convivem a homogeneização e a atomização. E os modelos de difusão que conhecemos atualmente, tanto a televisão analógica quanto as novas tecnologias se dirigem a essa sociedade, na qual se busca a convivência entre a liberdade individual e a igualdade social, entre a individualização e o coletivo, entre a igualdade e a diversificação.

Não se pode ignorar que a especialização e a fragmentação são tendências da digitalização graças a quatro fatores principais: as novas tecnologias favorecem a interatividade, e a personalização; existe um público ávido por gêneros específicos; a economia do audiovisual contribui para a expansão mercadológica dos canais; e muitas pessoas enxergam a televisão de massa como algo nivelador, e por isso, menos nobre. Sendo assim, embora a comunicação sempre tenha buscado atingir o máximo número de pessoas, nesta batalha entram também quantidade versus qualidade. Enquanto uma televisão que preze pela quantidade favorece a representação social e a integração do grande público, mas realiza uma performance geralista e portanto, mal dirigida; uma televisão que preze pela qualidade possui precisão na relação comunicacional, mas fragilidade na abrangência social.

A convergência da internet e da televisão e a sua regulamentação deficitária abrem margens para que a distinção entre o que é público e o que é

privado, ou o que é coletivo e o que é individual, se torne efêmera. Sendo esta distinção a base para a democracia, esta posto um claro desafio para a TV Digital lidar com o espaço orgânico da internet e a publicidade da televisão.

*- Promover um diálogo entre a indústria cultural e a cultura popular, de forma que a fragmentação e a especialização não substituam o consumo do grande público.*

As produções caseiras, que poderão ter um espaço na televisão digital, não terão condições e nem mesmo intenções de substituir a programação principal. Uma vertente que poderá ser explorada é o direcionamento pelos programas principais e a diversificação pelos conteúdos alternativos. De alguma forma, o público ainda precisará da programação tradicional, mas isso não significa que não poderá produzir mudanças na lógica da televisão.

*- Aliar o espetáculo à cultura.*

Sendo a espetacularização, característica fundamental da televisão e a responsabilidade social e cultural possibilidades da televisão digital, há de se fazer uma busca pela qualidade da informação sem que esta se torne enfadonha. A diversificação dos conteúdos promoverá múltiplas vias de acesso a diferentes culturas sob diversos formatos. Assim, a televisão cultural poderá ser uma forte vertente dentro da televisão digital.

A força e a fraqueza do meio televisivo estão no fato de se basear na produção em grande número, pois ao mesmo tempo que tem o poder de se dirigir à maioria das pessoas, acaba por “nivelar por baixo” o perfil do público. A TV possui a responsabilidade de passar à audiência o agendamento do que é mais interessante e mais importante, numa relação de confiança já estabelecida. Dessa forma, as elites desvalorizam a TV, sem reconhecer nela um instrumento de disseminação cultural. A grande dificuldade da TV está em fornecer o acesso à cultura sem deixar de ser um entretenimento, pois à medida que a televisão tenta atuar como “escola” torna-se desinteressante.

Cultura e televisão são, muitas vezes, idéias divergentes. Enquanto a primeira, na maioria das vezes, não tem a intenção de se massificar, evolui lentamente e é um instrumento inesperado e incerto de “vanguarda” vinculado a poucos visionários; a segunda é um meio de massa que deve ter um fluxo e uma

atualização constante vinculados ao espetáculo e ao divertimento. Embora cultura de massa também seja uma forma de cultura, os intelectuais mais puristas têm certo preconceito quanto à isso. A cultura, ligada aos saberes, nem sempre permite a espetacularização e pode ser divertimento apenas para públicos limitados em seu nicho de interesse, que também são mutilados da participação direta, como acontece no teatro e no museu, por exemplo. De alguma forma, a interatividade poderá suprir, e não preencher, esta lacuna, pois permite a participação, embora virtualizada e dentro dos limites propostos.

*- Não tentar se impor somente pela técnica, buscar uma humanização da tecnologia.*

Neste ponto, a imbricação fica entre humanizar a tecnologia ou tecnologizar a comunicação. Do ponto de vista exclusivamente técnico, a comunicação é incompleta, para não dizer vazia, pois precisa do social e do cultural. O verdadeiro progresso relaciona as três faces do processo comunicativo (técnico, social e cultural). Uma mídia não é superior à outra, cada uma é mais adaptada para determinada necessidade. Só existe evolução quando o meio é capaz de romper com a organização cultural, e esta revolução só acontece quando ocorrem mudanças técnicas, sociais e culturais conjuntamente.

Muitas vezes, espera-se que a técnica resolva problemas sociais e políticos e as dificuldades comunicacionais dos homens; ela pode ajudar, mas a mudança está na organização das sociedades como um todo. É uma crise de valores acreditar que a performance das máquinas irá substituir a comunicação social.

### 1.2.1 Consumo em diversas telas

Se cada meio possui características próprias, no entanto, as mídias são complementares e a convergência tem tornado as fronteiras difusas numa transmediação. As marcas fundamentais da comunicação multimídia são a intercomunicabilidade, a interoperabilidade e a interconectividade. A convergência tecnológica implica que uma mesma plataforma possa transportar diversos serviços de telefonia, vídeo, música, internet; e um produto possa ser utilizado em diferentes

suportes através da repercussão, das ressonâncias e da retroalimentação usando a estratégia do *cross media*. Tudo e todos podem se comunicar, as operações são compatíveis e podem conversar de uma plataforma para outra, devido à conexão. A tradicional distinção entre audiovisual e telecomunicações já não é tão óbvia, o que faz convergir também gêneros e formatos como histórias que podem ser contadas através de jogos, e vice-versa e filmes construídos por simulação, por exemplo.

Em seu livro “Cultura da Convergência”, JENKINS (2008) discorreu sobre as *transmedia storytelling*, as narrativas transmídiaáticas, que deixaram de ser lineares e começaram a lidar com novas possibilidades de desenvolvimento, traduzidas no roteiro interativo nas múltiplas plataformas. O conceito de transmediação remete à produção de sentido fundado na reiteração, na pervasividade e na distribuição em diversas plataformas – os produtos estão disseminados e expandidos em todos os lugares, os objetos são híbridos. A narrativa transmídiaática explora subprodutos, novos pontos de vista, personagens secundários (que podem se tornar potenciais protagonistas de suas próprias histórias de acordo com o gosto do leitor) e a complexificação da ação dos protagonistas. Numa extensão da ação dramática do meio inicial podem ser acompanhados outros cenários e diálogos que não estiveram inclusos na história principal. Para isso, os espaços e personagens devem ser capazes de sustentar múltiplas situações que façam sentido tanto para os consumidores interativos quanto passivos na fidelização das audiências.

Um exemplo de diferenciação da navegação no meio digital é o *áudio multidirecional*, que seria oferecido para espectadores de um filme, por exemplo. A cada escolha o usuário poderia acompanhar um diálogo diferenciado, mesmo entre aqueles personagens que se encontram fora da ação principal. Um mesmo filme poderia ser visto diversas vezes sob diferentes pontos de vista. Dessa forma, a exploração do áudio poderia ajudar na percepção do espaço em três dimensões e na resignificação da história.

A possibilidade de consumir informação de diferentes maneiras e em qualquer lugar graças à tecnologia 3G de banda larga móvel caracteriza a ubiquidade – diretamente ligada à mobilidade e portabilidade – e facilita também a interatividade, a produção de conteúdos e a colaboração. Os suportes são

oferecidos em formatos cada vez mais compactos, como celulares, tablets e televisões portáteis. Assim, os meios passam a ficar invisíveis, pois estão presentes *everywhere display*.

Se por um lado é positivo estar conectado a qualquer momento e em qualquer lugar, por outro, o tempo humano não é suficiente para o processamento dos dados disponíveis, o que coloca todas as culturas em um *jet-lag* permanente e uma sensação de desatualização constante, com conseqüências sociais e culturais.

A Sociedade da Informação e do Conhecimento localizada no ciberespaço invade também a televisão, através da digitalização. O que ocasiona mudanças no mercado, na cultura e na sociedade, porque a partir de então, o homem modifica seu modo de produzir e de consumir narrativas significativas. A complexidade das histórias aumentou, com possibilidades de interferências na narrativa, outras histórias paralelas e possibilidades de continuidade. Se antes, o público acostumou-se a assistir depois interagir (interação assíncrona e remota), posteriormente passou a interagir enquanto assiste (síncrona e remota – ao mesmo tempo, mas em lugares separados), e agora, interage ao mesmo tempo em que assiste e num mesmo ambiente (interação síncrona e local). À medida que o homem aumenta seu desenvolvimento cognitivo e aprimora suas Tecnologias da Informação e do Conhecimento, aumenta também sua necessidade e desejo de participação. Em todas as relações humanas, sejam com as máquinas ou com outros homens é inerente a intervenção e a mudança.

O controle remoto e o vídeo cassete trouxeram uma das primeiras ações de interatividade do espectador, que pôde trocar de canais ou avançar e retroceder determinado filme, mas não foram capazes de suprir todas as necessidades de influência no fluxo da comunicação, que até então não havia deixado de ser linear e unidirecional. Em seguida, vieram as tecnologias de filmagem portátil que permitiram às pessoas comuns expressarem-se através de vídeos. Com a navegação, grupos de utilizadores da TV poderão se relacionar entre si, e interagir em tempo real, o que fará de cidadãos comuns colaboradores importantes do espaço audiovisual. Chegará um tempo em que os usuários saberão interagir com a mesma facilidade com que usam o controle remoto.

A forma de consumir conteúdos está mudando significativamente. Em média, o tempo de exposição das pessoas às mídias é equivalente, com a diferença que quanto mais jovens, menor o tempo gasto assistindo televisão e maior conectados a outras telas.

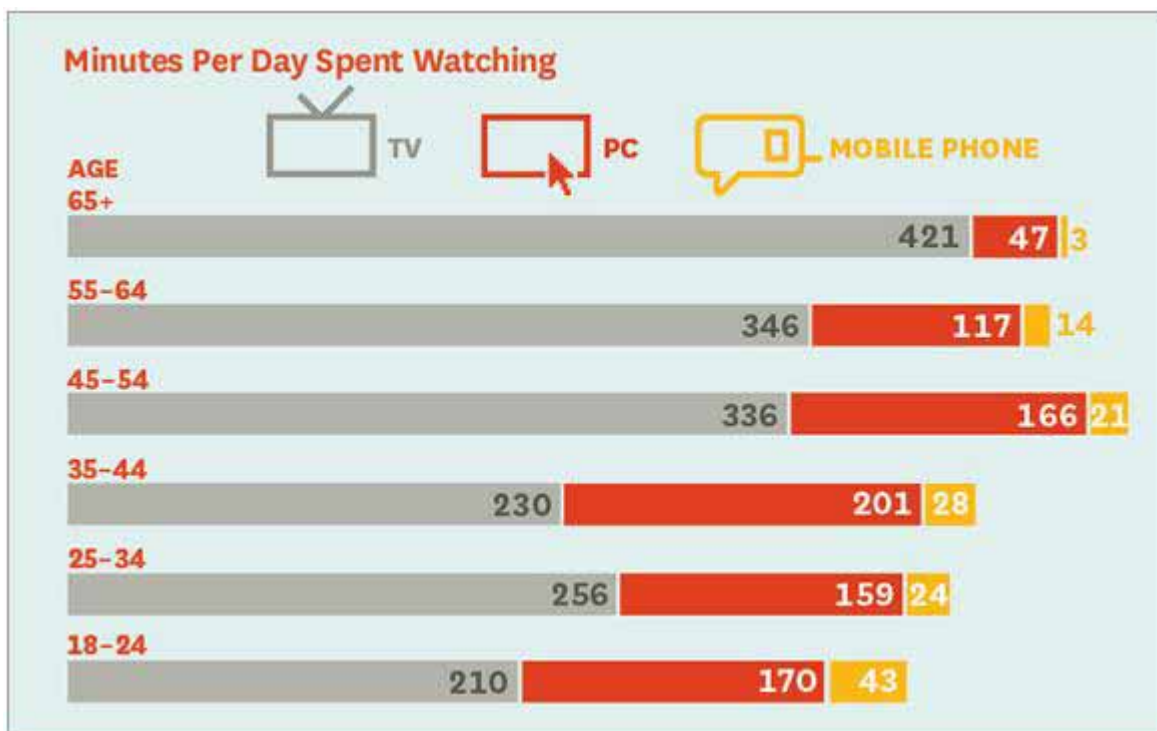


Gráfico 1: Distribuição de minutos gastos por dia com televisão, computador e celular  
Fonte: Harvard Business Review (2011)

Os diferentes suportes não são concorrentes diretos entre si, uma vez que o uso pode ser simultâneo, por exemplo, assistir TV e navegar na internet. Os pesquisadores ZIFMOND e STIPP<sup>7</sup> (2011) da Universidade de Harvard divulgaram pesquisa apontando que aproximadamente 60% dos consumidores utilizam duas ou mais telas simultaneamente, e que essas “pessoas multimídias” assistem mais TV do que aquelas que estão ligadas exclusivamente à tela da TV.

Ainda segundo o estudo, o aproveitamento convergente de conteúdos acontece constantemente. Por exemplo, quando as pessoas se interessam por algo que passou na TV, elas acessam o Google para saber mais. As tecnologias estavam separadas até então, mas já existem modelos de aparelhos em que se pode acessar

<sup>7</sup> <http://hbr.org/web/extras/how-internet-junkies-will-save-television/3-slide>

a internet pela TV, interagir pelo controle remoto ou trocar o canal com um celular ou tablet.

Quando a interatividade vai para a televisão, determina que a cibercultura não seja algo restrito aos nerds ou geeks. Toda tecnologia passa por uma escala de adoção, e mais cedo ou mais tarde, acaba por atingir a todos. Conforme a figura abaixo, há uma relação entre o tempo de adoção e o público.

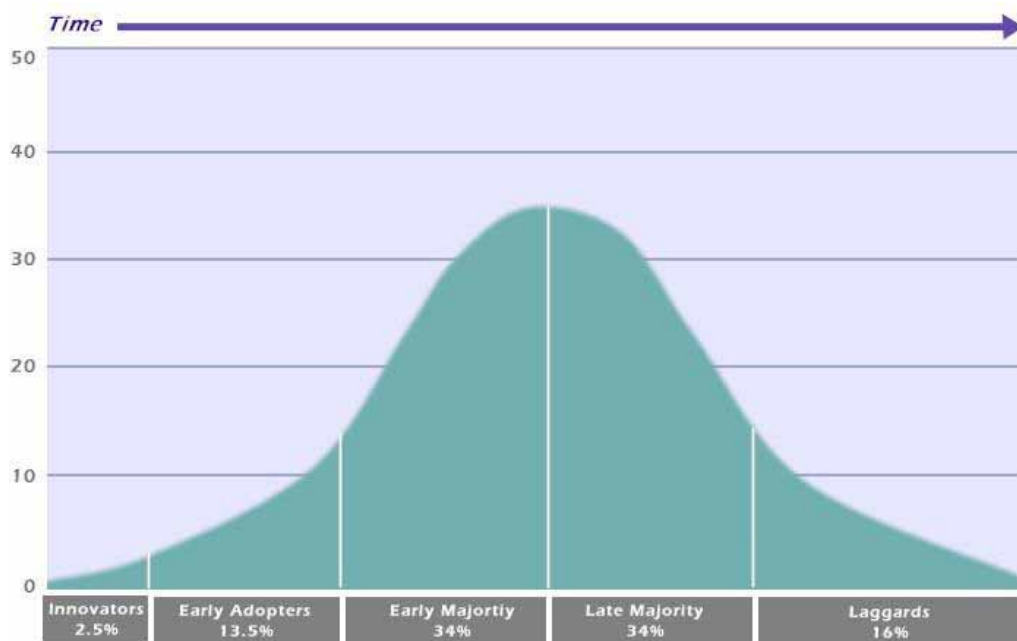


Gráfico 2 - Ciclo de adoção de uma tecnologia  
Fonte - Market Forecastin (2010)

A classificação acima é uma idéia do marketing e foi desenvolvida por MOORE (1991) em seu livro “*Crossing the chasm*”<sup>8</sup> em referência à lacuna existente entre o lançamento de uma técnica e a abrangência dela a todos - ao abismo entre os primeiros adeptos e o mercado de massa. Para transpor este abismo, a tecnologia deve fazer uma ponte que inicie nos entusiastas, atravesse a maioria e termine atingindo o restante da população. O autor entende que cada tipo de público possui gostos distintos.

A curva mostra que inicialmente, uma minoria adere a uma nova tecnologia, no meio do tempo, está o topo dos principais mercados, seguido por uma desaceleração em que os mais conservadores e retardatários também se rendem ao produto em questão, construindo o mercado final.

<sup>8</sup> “Travessia do abismo”

Os “*Innovators*” (inovadores) são aqueles mais ousados aptos a conferir significações às novas tecnologias, independentemente do pensamento da maioria.

Em seguida, estão posicionados os “*Early adopters*” (visionários, em uma tradução livre - os adeptos pioneiros), pessoas que gostam de arriscar e experimentar coisas novas. Frequentemente, os visionários são (ou se tornam) também líderes de opinião.

Quando a tecnologia começa a se disseminar por grande parte da sociedade se pode detectar que ela está atingindo a “*Early Majority*” (pragmáticos, a maioria adiantada). As pessoas deste grupo estão dispostas a utilizar uma nova tecnologia se ela é necessária para a resolução de um problema. Não são contrários às tecnologias, mas também não são capazes de experimentá-la antes que ela se torne maioria.

Posteriormente aos inovadores, aos visionários e aos pragmáticos estão aqueles que integram a “*Late Majority*” (conservadores, a maioria tardia), estes são céticos, não gostam de novas tecnologias e tentam evitá-las. Acabam por adotar uma nova tecnologia somente depois que ela já estiver disseminada.

E, finalmente, os “*Laggards*” (retardatários, também denominados de luditas – em menção ao ludismo, movimento de pessoas contrárias à mecanização que quebravam máquinas durante a Revolução Industrial), são os últimos a adotar uma tecnologia, seja por aversão ou dificuldades financeiras.

O esquema pode numa transposição para a realidade da televisão digital. Ela ainda é uma tecnologia que não chegou à maioria, o que cada nicho esperará da digitalização é distinto, mas o fato de a televisão já ser um eletrodoméstico comum a todos os públicos poderá diminuir a resistência de adoção para os mais conservadores.

Quando a TVD cair no gosto do grande público, maiores serão as possibilidades de troca. A lógica do modelo de negócios irá alterar o esquema das grandes redes, que continuarão dominando, mas deverão se adaptar às novas tendências. Os grandes meios de comunicação ainda tentam manter o domínio do ciberespaço mesmo sem saber efetivamente o que as pessoas procuram no ambiente digital. Os moldes da televisão futura serão determinados pelo equilíbrio de forças entre os “experimentadores” e a indústria do entretenimento.

Do ponto de vista da produção, os programas interativos, com vários desenvolvimentos possíveis serão muito mais dispendiosos, pois as ramificações podem crescer exponencialmente, o que coloca a colaboração como uma possibilidade necessária. Como os profissionais da comunicação não poderão ter o domínio completo do conteúdo, o público irá intervir no suprimento dos canais, tornando a mídia cada vez mais um mosaico cultural. Os indivíduos acostumaram-se a pensar de forma caleidoscópica, tal como nos impôs a organização das manchetes no jornal impresso ou a mutabilidade dos programas na TV, principalmente a partir do uso do controle remoto.

A mudança consiste exatamente na interatividade, o usuário é quem faz o domínio desta fragmentação através dos meios digitais que são procedimentais. Reconhecidamente, a força e a hegemonia dos grandes veículos de comunicação não serão de uma hora para outra substituídas, mas na verdade, busca-se o equilíbrio entre as duas forças: grande público e grandes corporações. A permeabilidade para uma mídia cidadã equilibrada entre o econômico, o ecológico e o social, e comprometida com as necessidades comunicacionais de todos e de cada indivíduo em particular só poderá ser possível através da lógica em rede.

As grandes indústrias são quem detêm os interesses e o poder econômico para produção de conteúdos digitais. No entanto, a audiência é que será responsável para que a transição do analógico para o digital não esteja em mero domínio das grandes corporações. Pois o público deverá comprometer-se com práticas colaborativas, ainda que tenha que educar-se para isso, no intuito de que a transição se torne efetivamente comprometida com cultura, política, economia, educação e novos comportamentos. A responsabilidade está no reconhecimento de que a digitalização provocará mudanças em diversos setores da sociedade: educação, trabalho, lazer, artes, entretenimento, entre outras. A conectividade e as TICs também podem representar a valorização da identidade e da cultura local através da produção de conteúdos dentro das comunidades.

### 1.3 Relacionamento do homem com a tecnologia

Com as TICs o homem tem usado cada vez mais dos meios como uma estratégia de comunicação e sociabilidade. Praticamente todas as comunicações modernas são intermediadas pelas tecnologias, e na Nova Ordem Tecnológica, a separação entre corpo-interatividade-tecnologia torna-se fugaz. O trânsito do saber determina o sujeito dentro dessa lógica que proporciona um corpo híbrido reconhecido por sua forma na interface, conforme será dito posteriormente no tópico “Criação de um perfil na rede de interações – o cyborg” do terceiro capítulo.

A conectividade ou o acesso simples não garantem o uso da informação: a mediação por dispositivos tecnológicos passa por uma prática social e cultural, tal como propunha a tradição empírico-crítica, que recusa tanto o “determinismo técnico” quanto a “neutralidade da técnica”. Mesmo a melhor e mais útil tecnologia do mundo precisa de um público preparado. A evolução da técnica não é suficiente para transformar a sociedade, depende-se do contexto - as relações humanas e sociais são mais complexas que os instrumentos e é muito mais fácil espalhar a técnica do que promover a compreensão entre os homens. Se não houvesse influência da cultura e da sociedade, um mesmo conteúdo disseminado em todo o mundo não teria efeitos diferentes nas diversas regiões. As novas mídias, e a transmissão mais rápida de informações não são, por si só, condição para uma comunicação mais eficiente. A tecnologização e a concomitante humanização é um dos grandes desafios atuais.

Se a digitalização não contemplar as audiências será apenas a geração de meios técnicos para uma relação pseudodialógica, uma instrumentalização vazia. Ou seja, uma tecnologia só vinga se tiver intrínseca a si uma carga social ligada ao momento cultural. Foi assim com a imprensa, que teve utilidade para disseminar-se graças à Reforma da Igreja; o rádio, e a TV que instrumentalizaram a democracia de massa. A técnica, quando ligada à comunicação sempre esteve relacionada à emancipação – seja a liberdade de pensamento na Renascença, a liberdade de imprensa e de expressão nos séculos seguintes, a criação de um espaço público e político, a emergência da democracia e o desenvolvimento da sociedade de massa, ou a liberdade de informação para todos buscada no século XX.

Muitas revoluções tecnológicas não conseguiram alcançar o impacto esperado porque não trouxeram consigo utilidade social além da técnica. A comunicação se consolida quando consegue aliar sua vertente normativa à vertente funcional. Não somente a comunicação pessoal nem a comunicação mediada por técnicas. O que se tem em vista é conciliar as duas de maneira que uma não substitua a outra e que a riqueza de uma contribua para a outra. Enquanto a comunicação funcional favorece a sociedade de massa, a ampliação das fronteiras, a transmissão, a interatividade, a velocidade e está mais ligada à técnica; a comunicação normativa contempla a troca entre os cidadãos, a liberdade, a intercompreensão, a intimidade entre os atores e está mais ligada ao social. A comunicação normativa compensa a comunicação estritamente funcional, que mundializada, não faz sentido nas diferentes culturas se não houver aproximação respeitando as identidades e transcendendo as diferenças. Por outro lado, a comunicação funcional possibilita a ampliação da comunicação estritamente normativa e presencial. Ambas são capazes de contribuir para a função de troca na comunicação.

No caso da digitalização, há uma mudança na relação e nas posições entre sujeito e objeto; o público passa a ser emissor e receptor no esquema comunicativo: emissor → canal → receptor, o uso da informação será vazio se qualquer uma das etapas estiver comprometida. Nunca houve uma comunicação completa, pois nunca atingiu-se a correspondência total entre aquele que fala, a mensagem e aquele que recebe, prova disso é que mesmo a mais evoluída comunicação não conseguiu provocar a padronização de idéias. As novas tecnologias também não anularão esta defasagem nem serão capazes de eliminar os ruídos, serão apenas mais uma forma de se comunicar.

Desde os tempos de Aristóteles a comunicação é pensada com três elementos: fonte (campo da produção), mensagem e destinatário (campo da recepção). Com as TICs acrescenta-se ao esquema um quarto campo, o do retorno interativo, que se bem aproveitado, fundamentando-se no diálogo poderá alterar a comunicação humana. Embora mudanças na emissão possam ser condições necessárias para alteração do fluxo, é principalmente do ponto de vista do conteúdo

e do consumo que as alterações acontecem. De nada adianta a elevação das técnicas e a convergência, se o potencial não for explorado nas etapas seguintes.

Das três etapas (ou quatro), a maior incógnita diz respeito à qualidade da recepção, pois foge do controle das análises e nem sempre o número do público tem relação com o nível do programa. É também a recepção que determina se o público irá aderir ou não ao que está sendo dito. A adoção ou não pelo público do que está sendo emitido parte de uma aceitabilidade ou de uma desconfiança. Essa desconfiança significa uma resistência positiva quando protege da manipulação e negativa quando freia as mudanças.

Dentro do esquema acima apresentado, existem barreiras de natureza da fonte, do público, de acesso, de ordem social, econômica e política e de intelectualidade que podem comprometer o processo produzindo *gaps* no conhecimento. O conhecimento só existe se abranger informação e comunicação.

Na passagem do analógico para o digital aumentam as articulações na teia informacional e as possibilidades de interatividade no escoamento da informação. A condição interativa é a linguagem da cultura digital. Com o produto interativo, há uma mudança na relação hierárquica entre as informações, assim como nas relações e posições entre sujeito e objeto, como foi dito acima. O conteúdo pode ser desconstruído e reconstruído. O unidirecional evolui à pluridireção, na qual o usuário passa a ser interator participante ativo do processo no compartilhamento, cooperação e colaboração. Há um altruísmo, no reconhecimento do outro, necessário para o sucesso da obra, pois na ausência de interlocutor o produto interativo deixa de existir para ser apenas proposição. O outro é necessário, mas nem sempre aceitável, pois à medida que se aumentam os pontos de vistas, aumentam proporcionalmente os conflitos de opiniões. A complexidade do outro vai além das máquinas e engloba a complexidade das relações humanas.

É necessário que haja o acionamento, a provocação do desejo de interagir e a resposta, assim o sujeito é usuário e voyeur. Podemos definir que exista três tipos de público:

- Aqueles que assistem e interagem ativamente em tempo real, necessitam do suspense e da satisfação. Em sua maioria são jovens já acostumados com a cultura digital, que nasceram sob o signo da internet. Na

denominação de CASTELLS (2007), são os “interatuantes”, capazes de selecionar seus próprios circuitos de comunicação, o que se pode entender como os protagonistas da ação comunicativa. Dentre estes protagonistas existem aqueles capazes de provocar uma reação em cadeia estimulando outras pessoas a participarem, algo que na TV de massa poderia ser encarado como “líderes de opinião”. Estas pessoas são também as que arriscam, em uma comparação com a escala de adoção de uma nova tecnologia, seriam os *Early adopters*.

- Aqueles que interagem esporadicamente, ou seja, sabem fazê-lo, mas só executam quando há uma motivação especial. Gostam de navegar em partes da história, são uma espécie de coadjuvantes da ação comunicativa, como os *Early Majority*.

- E, finalmente, aqueles que são consumidores passivos, espectadores, seja porque são excluídos das novas tecnologias – analfabetos digitais, acostumados com a cultura linear e escrita - ou porque, mesmo com acesso, não fazem questão de interagir, os *Laggards*. Este público compõe uma audiência reflexiva em longo prazo, a quem se direciona um número de opções pré-prontas. Na denominação de CASTELLS (2007), são os “interatuados”, atuam como figurantes da ação comunicativa.

O que determina como será o consumo são o acesso e as necessidades informacionais de cada indivíduo, as mesmas desde os primórdios da linguagem e que podem ser conscientes ou não, ligadas à fisiologia (fome, ou sede, por exemplo), ao desconhecimento (curiosidade, estímulo sensorial) ou sociabilidade (desejo de aprovação, status). “As pessoas não comunicam porque a tecnologia permite; elas comunicam porque têm necessidade de partilhar informação” (SOUTER *apud* MELLO, 2008, p.164).

“Porque interagir?” esta é uma pergunta que deve ser respondida aos telespectadores agentes pelos canais de informação de maneira convincente. Antes de qualquer interação existem pressupostos como a organização do ambiente; o enredo – que haja regras e antecipações das possibilidades da trama; um método para estruturar a história coerentemente e principalmente, a alfabetização digital – que o usuário aprenda a “escrever” (sejam textos, vídeos, simulações ou jogos). Pode-se entender como alfabetização digital a capacidade do sujeito de usar as

tecnologias para assimilar as informações disponíveis na rede, transformá-las em novas informações, aplicá-las ao seu cotidiano e convertê-las em conhecimento. Um indivíduo pode ser considerado alfabetizado digitalmente se consegue usar o potencial da rede de forma significativa em seu dia-a-dia.

A postura do produtor e do espectador não está pré-estabelecida no ambiente digital, é mutável de acordo com as possibilidades, e quanto maior a plasticidade do ambiente é provável que maior seja também o desenvolvimento da criatividade e do nível de interação. Não há um único autor detentor de sua obra, e sim um conjunto de colagens e edições: o que abre margens para discussões quanto à autoria, e quanto ao saber hegemônico – que evolui do saber-fazer para o fazer-ser, o ser social.

A estratégia de bricolagem é também uma característica da pós-modernidade. A resignificação pode remeter ao manifesto antropofágico coordenado por Oswald de Andrade à época do modernismo, o qual propunha a assimilação de culturas estrangeiras, figurativizado pela frase “*Tupy or not Tupy*”, uma referência ao tradicional “*To be or not to be*” shakesperiano com uma pitada tupiniquim. De um ponto de vista exacerbado do antropofagismo, Oswald dizia “só me interessa o que não é meu”. Sobre isso, e fazendo uma atualização do tema de 1930 para os anos 1990, Christine Mello, do site rizoma.net diz:

Cabe pensar no caráter antropofágico da arte produzida com as novas mídias a partir dos anos 1990 no Brasil. Por um lado, pelo fato de se tratar de linguagens híbridas e de estar inserida numa cultura digital traduzida pela noção do remix e, por outro lado, pelas torças que estabelece com as mais variadas práticas e circuitos artísticos. Os artistas que dela fazem parte não apenas se apropriam de experiências relacionadas aos ambientes tecnológicos, como também os reconfiguram sob a forma de diálogos intertextuais: transformam estes ambientes em proposições poéticas inusitadas. Esta produção se inclina hoje pela saída dos ambientes específicos da arte-tecnologia, deglute experiências externas e transforma-as em novos pontos de vista. (MELLO *apud* GARCIA. 2008, p.126)

Com as noções de releitura, remix e hipertexto, os mais extremistas chegam a afirmar que o próprio usuário é o autor da obra. No entanto, há de se fazer uma diferenciação que separe autoria de agência. Uma distinção entre aquele que dita as regras do jogo e aquele que participa, ou seja, o criador do ambiente e os

interatores, que produzem, na verdade, uma autoria derivativa. Pois é o autor original que delimita as possibilidades para os interatores, por mais que eles recriem as histórias. Para o funcionamento de uma narrativa, mesmo ela sendo multissequencial, é necessário que haja regras.

O próprio autor não cria somente as histórias, mas as derivações destas histórias, as regras de como os objetos se relacionarão e as possibilidades de participação. A esta lógica convencionou-se chamar *autoria procedimental*, que revisa a inscrição de um texto fixo para a organização de padrões que sirvam a uma história caleidoscópica. Como quem cria personagens, o autor procedimental cria ramificações (MURRAY, 2003).

Por mais que a autoria seja procedimental, nem sempre é possível prever a significação que cada um irá conferir-lhe e é inevitável que ocorram conflitos entre os autores e participantes. Estas tensões, na maioria das vezes será construtiva. As fronteiras entre o que é passível de modificação e o que é autoral estarão sob constante negociação e é provável que uma interação bem organizada, o que, necessariamente, não queria dizer, limitada, deva ocorrer nas ramificações da história central, tal como este projeto propõe adiante no modelo de repositório para documentários interativos: as ramificações serão os pontos-chaves do produto, pontos de virada nas segmentações da história, os elementos de tensões capazes de conferir diferentes direções ao enredo.

Nem mesmo o autor original de uma obra iria querer responsabilizar-se por algo que tenha sido totalmente modificado, nem que seu produto vire um grande “Frankenstein”. De alguma forma, a linha geral da história deve manter-se sem que isso signifique cercear as riquezas que a improvisação poderia proporcionar, pelo contrário, o próprio autor deve alimentar os outros usuários com respostas e novas possibilidades. A história deve ter padrões de participação aliando a imprevisibilidade do enredo e a previsibilidade do que os interatores devem esperar uns dos outros. Somente quando a questão dos direitos do autor estiver esclarecida é que será possível a interatividade bem resolvida.

Não há previsibilidade, a interatividade provoca a perda da centralidade no sujeito, numa resignificação do espaço social em inteligências coletivas – o ator não é mais um gênio solitário; o tempo é simultâneo, o espaço é ubíquo. As

informações não exigem a representação de um corpo presente, um lugar definido e um tempo estabelecido; recebidas e enviadas em todas as direções podem criar uma crise nas representações, pois as referências são diluídas.

Isso nos faz atentar para a usabilidade das intervenções: mesmo os produtos mais flexíveis devem ter um eixo. Mesmo nas redes deve haver uma ordem e uma estrutura. As narrativas com múltiplas possibilidades ainda assim são (multi)seqüenciais, com vários finais possíveis, mas determinados, pois ausência de sequência tornaria impossível a causalidade. Nestas narrativas, o leitor navega em possibilidades significativas, como uma espécie de quebra-cabeças ou jogo de realidade virtual. Enquanto uma história linear caminha para um único final acabado, a história multiforme possui várias releituras e não necessariamente precisa ter uma versão finalizada – ou seja a noção de começo e fim também está sendo alterada.

Quanto à pluralidade de sentidos e possibilidades, Umberto Eco, em entrevista à WGBH Rádio, em 1995, afirmou-se contrário, pois segundo ele, “o charme de um texto é que ele força você a encarar o destino” (ECO *apud* MURRAY, 2003, p. 176).

É comum que os homens ainda fiquem insatisfeitos diante de algo que é inacabado, mas se está passando por um período de adaptação. Chegará um tempo em que a previsibilidade e a organização linear serão consideradas enfadonhas e passivas demais para o gosto geral. A multiplicidade é característica da modernidade. A partir do século XX começou a figurar uma percepção composta por possibilidades paralelas, algumas vezes até mesmo contraditórias entre si – o que contribui para oferecer uma noção da realidade sob variados pontos de vista. O homem moderno não acredita numa realidade singular e embora sempre busque um sentimento de completude nas narrativas, a partir de então, o “se sentir completo” está ligado a diferentes tipos de conclusão. Uma “história sem fim” estaria “acabada” quando o interator se sentir saturado do tema.

Embora exista a variedade de caminhos, isso não deve excluir convenções narrativas que lhe garantam a coesão. Da mesma forma que a divisão do livro em capítulos foi necessária para a orientação do leitor, na navegação também deve haver parâmetros de forma, de modo que o usuário não se sinta esmagado pelo meio enciclopédico. Nos meios digitais, antes mesmo de

compreender a narrativa em si, o usuário precisa compreender a estrutura da narração. Não é qualquer um que pode reproduzir o conhecimento apenas navegando, pois o público não é o programador, somente é capaz de escolher o que quer diante de uma oferta organizada.

De nada adianta a alfabetização, o acesso e a disponibilidade de informações se o indivíduo não sabe o que procurar e em que se interessar. Nesses casos, não se deve eliminar os intermediários que servem como guia ou estimuladores para o consumidor comum. Mesmo que se tenha acesso a tudo, é impossível compreender tudo. A questão é mais complexa que a acessibilidade, que não muda a hierarquia do conhecimento, passa pela educação capaz de garantir competências para o uso das ferramentas e dos dados. O problema está no “antes e depois” da informação.

Nas redes existe uma avalanche informacional que produz uma desproporção entre o que o indivíduo comum pode saber, pode fazer e o que está disponível. O ser tem diante de si um emaranhado, que, se incompreensível, traz o risco de rejeição. O que aumentará ainda mais a necessidade de especialistas em informação que sirvam como orientadores para o público comum. A abundância de conteúdos faz crescer a demanda por filtros e *gatekeepers* (porteiros da informação), para que a interação possa ser desenhada através de buscas e respostas simples, efetivando a coletividade da inteligência numa produção colaborativa e conectada.

A sensação de presença e a noção de participação dependem da conexão e da atualização do corpo plugado, que possui prazo de validade para ser atualizado sob a pena de ser esquecido na nuvem digital, o fluxo é incessante. Como já foi dito, o tempo simbólico da simulação digital é ininterrupto, no digital os intervalos são substituídos pela transferência constante de dados no aqui e agora informacional. Os sistemas são atualizáveis por muitas pessoas ao mesmo tempo a qualquer momento, tornando a memória digital com características coletivas e individuais que se retroalimentam na simultaneidade do ciberespaço. No ambiente interativo existe a obsessão de estar sempre conectado e sempre ser encontrado.

A obsessão pela conectividade chega a escravizar os homens, mas nem sempre o fato de se interagir significa que se está comunicando. Há de se ter uma

sintonia entre o emissor, a mensagem e o receptor, caso contrário será informação jogada na nuvem que não será, necessariamente, aproveitada. A esta conjunção necessária chama-se de coabitação. Ou seja, pelo menos duas pessoas num mesmo ambiente, com intenções confluentes e mensagens claras (MURRAY, 2003).

Esta sintonia depende da transparência do meio, ou seja, da imperceptibilidade de uma tecnologia intermediária nas relações. Quando se deixa de ter consciência do meio, pode-se dizer que finalmente a tecnologia se tornou bem-sucedida e pode-se fazer o uso dela com neutralidade não importando como as informações chegaram até o usuário e sim o aproveitamento que farão delas. Passarão a olhar “através” do meio e não “para” o meio, ou seja, o meio deixará de ser a mensagem. Mesmo que a tecnologia seja transparente, ainda é necessário que o sujeito tenha uma noção da separação entre o que é real e o que é virtual, tal como existe “a quarta parede” no teatro.

Quando o meio torna-se imperceptível e há coabitação e sintonia entre os falantes, pode-se considerar que o sujeito está imerso no ambiente de comunicação. A *Imersão* é uma metáfora ao “estar submerso na água”, totalmente envolto de conteúdos como um mergulho em outra realidade. É possível o “afogamento” despretensioso ou que o sujeito aprenda a nadar e fazer o que há de possível no novo ambiente.

A navegação, algumas vezes é superficial frente à imersão, o que diferencia uma da outra são as experiências das pessoas absorvidas pela argumentação transversalizada no meio. A interatividade, ao mesmo tempo em que enriquece as possibilidades do conteúdo, inevitavelmente pode pôr em dúvida a legitimidade da informação oferecida, já que se todos podem mudar, as mudanças podem ocorrer em todas as direções. Nesse caso, o que diferencia é a capacidade do sujeito que “sabe nadar”, ou seja, que “sabe interagir” e reconhecer o que é confiável.

A esta capacidade do sujeito de se tornar ativo e participar é chamada *Agência*. O resultado da imersão é a agência, quando podem ser observadas as intervenções significativas fruto de escolhas e posicionamentos e com implicações estéticas do meio. Até então, os consumidores de informação estiveram acostumados a não efetivarem a agência em ambientes narrativos, pela

predominância de narrativas lineares. Com as possibilidades de interatividade abertas pela digitalização isso tende a mudar.

A partir da atuação, ocorre a *Transformação*, ou seja, a mudança das formas, que é facilitada pela digitalização da informação. Com a redução de conteúdos em bits, tudo se torna possível e manipulável.

Podemos então caracterizar 3 fases da interação (não no sentido de profundidade, mas no sentido sequencial): a imersão, responsável pela interiorização do conteúdo e como o próprio nome diz, o mergulho na informação, a agência, que é o que efetivamente caracteriza a interação capaz de fazer a ponte para a terceira fase da interatividade, finalmente, a transformação.

Quanto à profundidade podemos dizer a respeito dos níveis de interatividade, que são 5, segundo BARBOSA FILHO e CASTRO (2008, p.156): transmissão bidirecional simétrica (altas taxas de *upstream* e *downstream* de dados); transmissão bidirecional assimétrica de retorno solicitado pelo usuário (interação entre os usuários); transmissão bidirecional assimétrica com retorno solicitado pelo provedor de informação (as opções são delimitadas pelas operadoras), transmissão bidirecional assimétrica com retorno off-line; e transmissão unidirecional (não há interação). Das hipóteses apresentadas, somente os três primeiros níveis constituem a interatividade em tempo real e com participação efetiva, ou seja, que compreendem os níveis sequenciais de imersão, agência e transformação. Caso contrário, a interação estaria incompleta.

Provavelmente será uma minoria que irá usufruir da transmissão bidirecional simétrica, a interatividade mais robusta. Isso dependerá do acesso, mas também poucos estarão dispostos a participar de maneira imersiva, agir de forma que faça sentido e aprender a consumir narrativas multifacetadas. Aqueles que se acostumaram com o autor que é inquestionável, com o formato que é linear e com o fluxo direcionado, muitas vezes sentem-se incomodados com a narrativa digital.

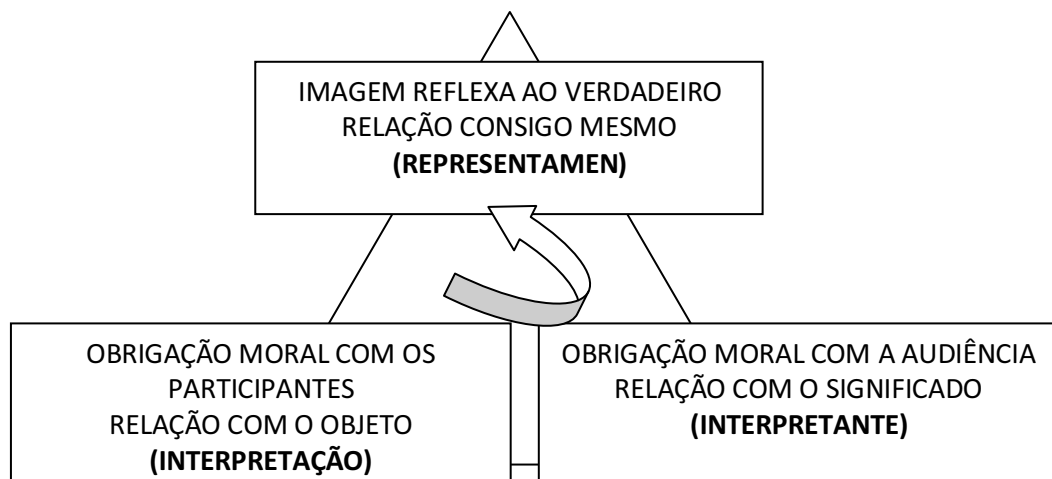
Uma vez levantadas as características do meio com o qual estaremos lidando, no próximo capítulo faz-se uma análise dos conteúdos, em especial os documentários para a TVD.

## CAPÍTULO 2: DOCUMENTÁRIOS

### 2.1 Características do documentário

Seja sob a denominação de *cinéma vérité*, cinema vivo, cinema não-controlado ou cinema direto, representar a realidade, a essa função presta-se as diferentes vertentes do documentário. Dentro da proposição acima, tem o compromisso social de fazê-lo seja através de uma câmera a punho que capta o instante inesperado ou de um roteiro premeditado. Cada documentário, apesar de ser uma “representação da realidade” é também “uma ficção nada semelhante a qualquer outra” segundo NICHOLLS (1997), pois, apesar de pretender retratar o real o faz através de uma forma fictícia: qualquer gravação já implica um recorte, e toda imagem é uma imitação do objeto verdadeiro, não sendo capaz de construir por si só credibilidade e argumentação. Ainda assim, o retrato do real é o grande diferencial do documentário.

A ética do documentarista consiste em seu compromisso com o realismo e na responsabilidade em lidar com histórias reais. Esta ética deve fundamentar-se em produzir uma imagem reflexa ao verdadeiro, cumprir uma obrigação moral com os participantes e com a audiência em potencial. Em uma comparação com a tríade de Pierce:



Fluxograma 2 - Tríade de Pierce e ética no documentário

Fonte - Crédito do autor

Como um investigador e experimentador da realidade, o ato de produzir um documentário está bem mais próximo da atividade científica do que da atividade jornalística em si. A origem do documentário está nos estudos antropológicos que começaram a usar filmes para registrar situações e estudar sociedades. Os documentários nada mais são do que representações etnográficas. Através do método observacional, os documentaristas praticam um processo investigativo experimental, geralmente com uma equipe reduzida preocupando-se mais com o conteúdo do que com a estética do filme.

Os problemas éticos de conjunção entre a busca pelo conhecimento, as novas tecnologias e a integridade individual têm sido extensivamente considerados nos campos da Medicina e das Ciências Sociais. De muitas formas, cientistas são diferentes de realizadores de filmes, contudo, cada um à sua maneira, todos buscam a sua versão da verdade. Em um aspecto os problemas éticos dos documentaristas são idênticos àqueles enfrentados por pesquisadores, médicos, sociólogos, psicólogos e outros: experimentos científicos e cinema direto (*direct cinema*) dependem para o seu sucesso, dos participantes, os quais, têm pouco ou nada a ganhar com sua participação (PRYLUCK, In: ROSENTHAL, 1988, p.260, *apud*: GODOY, 2001, p.279).

Com a popularização dos equipamentos portáteis, hoje, qualquer pessoa pode produzir um filme, quebrando a barreira jornalistas/cineastas/ pessoas comuns. O que não significa quebrar a barreira do profissionalismo e da ética, termo tido na filosofia moderna como consenso para o bem, sendo este motivação ou fim.

Ética, pode ser dito que é um mecanismo ideológico pelo qual aquele que tem poder propõe regular sua própria conduta. (...) Todavia, um sistema Ético depende de unanimidade, objetivando sua adequação para todos (...). Tão logo dois sistemas éticos entrem em conflito para serem legitimados, ou tão logo a Ética mesma é colocada entre parênteses, a certeza se dissolve. Nós somos compelidos então a encontrar outro terreno para nossas crenças e ações (NICHOLS, 1991, p. 103. *apud* GODOY, 2001, p. 278).

Enquanto a ficção usa o real como instrumento de verossimilhança, o documentário precisa do real como componente imprescindível para a persuasão. O realismo é uma característica intrínseca à obra favorecendo a localização espaço-temporal, a argumentação, ou até mesmo a empatia. O realismo localiza o filme no

mundo histórico e marca autenticidade – a câmera esteve ali, o que dá ao espectador a impressão de também ter estado presente.

O documentário trabalha com o referencial real, passado pela visão do documentarista. A ficção trabalha com o referencial inventado, passado pela visão do ficcionista. Muitas vezes, o real e o inventado se confundem: o real representado no documentário é uma visão ficcionada do autor, e o ficcional representado no cinema é uma visão carregada de marcas reais daquele que o produz, uma história inventada escrava da realidade.

O realismo na ficção muitas vezes está vinculado à estética do filme, já no documentário é um recurso racional de uma visão lógica do mundo. Embora a racionalidade também esteja presente na ficção e a emotividade no documentário, predominantemente a emoção está mais ligada ao espetáculo e o racional à representação do mundo histórico. A ficção faz uma construção homogênea baseada na história dos personagens, e cada quebra na linha temporal está vinculada a recordações, previsões ou fantasias, já o documentário apresenta uma descontinuidade heterogênea, com comentários soltos no tempo e no espaço, pois mais do que construir uma história, pretende construir História; e para isso preocupa-se mais com a argumentação do que com a narrativa.

Ao trabalhar com a vida, com pessoas e não com personagens, com a verdade e não com a representação, o documentário carrega uma grande carga social e responsabilidade cívica, pois é capaz de construir historicidade, garantir o prazer do conhecimento - o que implica comunicação - e produzir reflexividade política - que muitas vezes esteve apartada da História. Para tanto, fundamenta-se na construção de argumentos, na realidade, nas questões sociais e na ambientação pública. Ao retratar a História, o formato do filme documental nos aproxima de espaços, temporalidades e culturas distintas, contribuindo para a formação de uma memória coletiva fundamentada na imaginação social e na identidade cultural.

Mesmo em relação à própria reportagem informativa, que também aborda a realidade, o documentário diferencia-se. As reportagens estão ligadas à observação, mostram, mas não sugerem envolvimento. O enquadramento e o recorte colocam espectador em uma postura de observador em que os acontecimentos são quadros vivos que passam e são vendidos como artigo de

comércio, sem incitar a preocupação e a mudança. Muitas notícias são vistas apenas como notícias do dia, sem uma contextualização adequada e continuidade histórica. Já o documentário possui um compromisso capaz de oferecer conhecimento e modificar ideologias acarretando mudanças políticas. Os acontecimentos passam a ser significativos. O gênero está ligado à ação, o observador é participante e parte de uma alienação para uma implicação.

O bom documentário é aquele que instiga a curiosidade do espectador e não deixa aparente suas provas retóricas e estratégias estilísticas. Algo semelhante à “invisibilidade do meio”, como foi dito no primeiro capítulo, sendo que neste caso, não se trata de meio, mas de formato. O consumo de uma fonte de conhecimento não como estudo, mas como entretenimento, faz do documentário um instrumento para educação e lazer da população, e ele o faz ao aliar palavras argumentativas a imagens que distraem e ao mesmo tempo não deixam de ter um nexos com a realidade. O conhecimento, a consciência e o reconhecimento do real são instrumentos de poder vinculados a discursos de sobriedade que dizem trazer consigo a verdade.

À medida que o documentário implica um recorte do real, passa também pelo crivo da objetividade e visão do mundo do autor, como também das perspectivas mentais daqueles que consomem (a compreensão do estilo realista também depende de classe, gênero, localização espaço-geográfica, escolaridade e nível de percepção do mundo). Ao produzir um filme, seja ele ficção ou realidade, o autor consciente ou inconscientemente, acaba por aplicar no que diz e como diz seus traços característicos na estética, assim como sua ideologia e visão ética. A diferença é que no documentário, muitas vezes o autor tenta fazer isto fundamentado na objetividade.

Embora o documentário tenha um compromisso com a realidade, não quer dizer que ele seja verdade, e sim a representação de um ponto de vista. Toda intervenção de câmera, autor e invasão da vida cotidiana acarreta uma perda da naturalidade, por mais cuidadosa e neutra que esta intervenção tente ser. A objetividade possui algumas limitações: os antecedentes vividos pelo enunciador, o fato de ser uma técnica usada para livrar-se da responsabilidade e da crítica ao que

está sendo dito (eximindo a “culpa” pela “neutralidade”) e o distanciamento necessário, mas nem sempre possível.

Quando o documentário passa a ser um retrato do universo particular, como propomos nas experimentações interativas às quais qualquer um poderá ser um documentarista, estará carregado de subjetividades, conforme será visto nas possibilidades do documentário digital. Com a interatividade, a ética, na perspectiva do consenso, como foi dito acima, se torna multifacetada, mas não desnecessária.

## 2.2 Histórico do documentário

Existem variados pontos de vista dos modos de se fazer documentário, que acompanharam e se desenvolveram também a partir das características culturais de determinadas épocas. Basicamente, podem ser identificadas três tradições principais: a tradição realista, que considera o documentário espelho do real; a tradição formativa, uma proposta de desconstrução do cinema burguês hollywoodiano e para a qual o discurso prevalece sobre a realidade; e a tradição acadêmica, na qual o documentário é entendido como um signo complexo.

Dentro da tradição realista, Siegfried Kracauer, acreditava que o homem deve conhecer o mundo pelo cinema, que um bom enredo não é criado num escritório, mas parte da ligação com a realidade e, através do cinema, os objetos falam mais diretamente com os homens.

O cinema torna visível aquilo que não víamos – e talvez nem mesmo pudéssemos ver- antes do seu advento. Ele efetivamente nos ajuda na descoberta do mundo material com suas correspondências psicofísicas. (...) O cinema pode ser definido como o meio particularmente equipado para promover a redenção da realidade física (KRACAUER In: XAVIER, 1984, p. 56, *apud* GODOY, 2001, p. 28).

André Bazin é o mais importante teórico realista do cinema, e propõe sua concepção do filme realista baseada na fotografia, que considera o registro mais próximo da realidade. Para o teórico, o cinema também é uma experiência de conhecimento da realidade. É contrário à montagem e manipulação na arte, que, segundo ele, são responsáveis por impor determinados pontos de vista do autor e

direcionar a interpretação, eliminando as ambigüidades naturais do mundo real. Bazin prefere a montagem cinematográfica sem intervenções: o importante é o conteúdo e não o efeito, pois o verdadeiro drama é criado pela natureza, e não pelos cineastas.

Por outro lado, pela Tradição Formativa, Rudolf Arhein acreditava que o cinema, como arte que é, torna-se impossibilitado de representar a realidade. Para Arhein, o paradoxo está posto, uma vez que se o filme for real, o artista não tem como manipular seu meio de expressão. Os aspectos não-reais como a projeção, a iluminação, o enquadramento e o recorte temporal são a essência artística do veículo. O cinema é uma manipulação do tecnicamente visível, e não do humanamente visual. Fazendo um contraponto com o filme documental pelo ponto de vista de Arhein, pode-se reforçar que o documentário não é a realidade, mas uma representação dela. De toda forma, o teórico acredita que o cinema que se dirige à representação da realidade está profanando sua arte. A Tradição Formativa considera o discurso em prevalência da realidade, e Arhein acredita que a arte cinematográfica tira a atenção do próprio objeto e direciona-se ao modo de tratamento deste, sendo assim, existem veículos mais apropriados para representações de cada objeto.

Hugo Musterberg desenvolve a ideia de que o cinema é uma expressão da mente e um desligamento do mundo. Expressão da mente no sentido de que a própria mente é a matéria prima do cinema, pois organiza a percepção, a atenção seletiva, as emoções e a imaginação. E desligamento do mundo através da transcendência e afastamento dos compromissos cotidianos e de qualquer contexto. Como outros pensadores da Tradição Formativa, considera o valor estético do objeto sobre qualquer valor utilitário. Acredita no cinema sonho e também é contrário ao documentário, pois eles não estão baseados na mente e sim no mundo e, para ele, é impossível que o cinema seja um canal da estética natural e da realidade.

Um pouco mais flexível que os teóricos que participavam da mesma escola, como Arhein e Musterberg, Sergei Eisenstein via o cinema tanto como um veículo de persuasão retórica quanto de conhecimento do mundo. No entanto, o conhecimento do mundo seria baseado em uma montagem da realidade, manipulável conforme o desejo do diretor cinematográfico. Eisenstein chamou de

neutralização esta capacidade de decompor realidade em pedaços ou unidades utilizáveis. Na contramão do cinema tradicional que usa os elementos componentes do espetáculo (iluminação, composição e interpretação) subordinados ao enredo principal, os filmes de Eisenstein buscavam uma montagem que desembocasse numa impressão psicológica forte e numa experiência multisensorial (sinestesia). Ou seja, Eisenstein também não deixava de priorizar o espetáculo cinematográfico à própria realidade.

Com este pensamento, Eisenstein bateu de frente com teóricos realistas e o principal contraponto foi com o cineasta Pudovkin. Enquanto Pudovkin tinha uma visão simplista da câmera como um olho privilegiado para enxergar o mundo, Eisenstein espalhava obstinadamente a ideia do plano múltiplo como uma negociação de elementos formais de iluminação, linha, movimento e volume, com conflitos interagindo, gerando significados e ganhando expressividade na montagem, o principal poder criativo do cinema. Para Eisenstein, todo plano tem uma atração dominante e outras paralelas, que determinam a justaposição da montagem e a variedade de estímulos que o observador recebe.

Embora um filme pudesse ter um objetivo claro (visão mecanicista), este objetivo seria conseguido através do relacionamento e da vida criada entre os elementos secundários (visão organicista). A lógica de uma obra poderia ser mecanicamente esquematizada da seguinte maneira: atração (elementos apresentados) → montagem (organização do significado) → tema final (mensagem compreendida). No entanto, todo o esquema estaria subordinado à vontade orgânica do próprio autor, e o caminho da montagem não poderia deixar de ser experimentado pelo espectador.

Sobre os documentários, Eisenstein acreditou no Princípio da Realidade, pelo qual os temas surgem na natureza, mas passam por uma transformação na mente do cineasta e do espectador antes de se tornarem verdadeiros. O documentário é uma forte fonte de informação sobre a realidade, mas esta fora projetada pelo cineasta e mapeada pelo observador. Os aspectos formais de montagem e a posição ambígua que mistura uma visão mecânica e orgânica do Realismo serviram de inspiração para documentários poéticos do fim do século XX,

como *Berlim: Symphony of the City* (1927), de Walter Ruttmann e para as ideias desenvolvidas no cinema pós década de 70.

Até os anos de 1950 a teoria cinematográfica não era reconhecida como conhecimento acadêmico. A partir de então, um dos primeiros professores universitários do tema foi Jean Mitry. Mitry defendia o realismo da imagem sob a estética da montagem, ou seja, a representação da realidade não seria simples contemplação, mas organização. No entanto, a versão do autor não pode ser esteticamente exacerbada a ponto de distorcer o real, pois segundo Mitry, o cinema é uma analogia da imagem no qual as imagens não são signos lingüísticos dos objetos, mas seus duplos e, portanto, é a relação com a realidade que define a principal característica do cinema. A montagem, para ele, deveria servir como contextualização, e não como distorção. Sobre os documentários, ou a representação da realidade pelo cinema, Mitry reconhecia que o cinema “não permie que o significado do mundo transpareça. Ele molda a realidade e a sacode até obter um significado humano, o único tipo de significado que pode obter” (ANDREW, *apud* GODOY, 2001, p.50).

Na tradição acadêmica, Christian Metz inaugurou a moderna teoria do cinema - a semiologia do audiovisual - influenciada pela Linguística de Saussure. O autor coloca na mesma categoria o cinema e a televisão: “Cinema-televisão: imagem obtida mecanicamente, múltipla, móvel, combinada com três tipos de elementos sonoros (falas, música, ruídos) e com menções escritas (METZ, *apud* GODOY, 2001, p. 52). E diferencia filme de cinema: o filme é a mensagem, objeto de linguagem, fílmico por proveniência. O cinema é o conjunto de códigos que se combinam em discursos e se transforma em objeto de estudo, cinematográfico por destino.

Metz colocava a linguagem imagética inalcançável a qualquer linguagem icônica ou verbal criada pelo homem, no entanto fazia classificações dos gêneros cinematográficos baseando-se no estudo de códigos, mensagens, sistemas, textos e estruturas. Para o autor, o código como relação lógica entre signos transcende a própria mensagem, sendo idêntico em diversos filmes - por exemplo, movimentações de câmera e técnicas de “*chiaroscuro*”.

A mensagem é a sequência de signos elementares que requerem processos mentais de codificação e decodificação. O código é a ordem que garante sentido à mensagem, no entanto, são o texto - composto por muitos códigos que não só o cinematográfico - e o sistema que garantem singularidade a um filme. Ou seja, um código e uma mensagem podem ser mostrados pela mesma perspectiva por vários filmes, mas a forma como isto é dito (texto) e montado (sistema) é exclusiva de cada filme em si. A criação do significado dentro do filme depende da interação entre códigos, no entanto, essa interação é uma soma das propriedades físicas da imagem cinematográfica e as atividades mentais do espectador, criando a “impressão de realidade”.

### 2.2.1 Documentário no Brasil

O documentarismo brasileiro quase sempre teve como característica filmes com cunho social, dentro dos quais os principais exemplos são as obras do documentarista Eduardo Coutinho. Além disso, muitos documentários brasileiros podem ser considerados recortes etnográficos da realidade. A cada década, o retrato do micro-universo, a aplicabilidade social e consideração com o outro foi direcionada de uma maneira distinta nos documentários produzidos no país.

O primeiro filme de registro documental brasileiro foi produzido por volta de 1896, sob autoria de Afonso Segreto, irmão do dono da primeira sala fixa de exibição do Brasil, Pascoal Segreto. As imagens foram feitas a bordo do navio “*Brésil*”, vindo de Paris e mostravam a Baía de Guanabara. Até 1908, o estilo usado eram “tomadas de vista”, mostrando regionalismos e tradições de diversas regiões do Brasil. Nas décadas seguintes, 1910 e 1920, predominou o cinema natural, sem grandes produções.

Inicialmente, o cine-documentário foi desenvolvido como ferramenta de estudo dos antropólogos, e documento de registro etnográfico das populações brasileiras. Foi através destes filmes que “muitos Brasis” foram descobertos e se tornaram conhecidos também para outras comunidades - por exemplo, a construção da imagem do indígena para o homem urbano e vice-versa. Um dos primeiros

grandes nomes do gênero no Brasil foi o major Luiz Thomaz Reiz. Reiz dominava as técnicas de direção, filmagem e revelação dos filmes, em plena floresta. Mas, foi somente em 1917, que foi reconhecida a primeira montagem significativa do cinema brasileiro, a obra *“Rituais e Festas Bororo”*, também um dos primeiros filmes antropológicos do mundo.

Na década de 1920, predominou o “cine propaganda”, voltado a mostrar as belezas naturais do Brasil. Silvino Santos evidenciou-se na época, e o filme de destaque foi *“No paiz das Amazonas”* (1922). Além deste, o autor produziu mais de dez curtas-metragens e outros dois longas mostrando principalmente a região Norte. Na época, o Brasil vivia o período áureo do ciclo da borracha e as obras foram evoluindo de uma simples propaganda do país para filmes antropológicos, mais uma vez.

Em 1936, começam as primeiras iniciativas governamentais de incentivo à produção cultural com a criação do Instituto Nacional do Cinema Educativo (INCE) por iniciativa do antropólogo Edgar Roquette-Pinto. O INCE tinha uma filosofia positivista de transmissão do conhecimento dos intelectuais para as classes menos favorecidas. Dentre estes intelectuais, estava o cineasta Humberto Mauro, que dirigiu a instituição por 30 anos e produziu mais de 300 filmes educativos científicos. Humberto Mauro também foi responsável pela série de 7 curtas intitulada *“Brasilianas”* (1945), famoso retrato do folclore brasileiro.

A década de 1950 foi marcada pelo Cinema Novo, em que os realizadores buscavam afirmar uma maior identidade nacional, proximidade com o povo brasileiro e transformação da realidade. O Cinema Novo buscava posicionar-se contra a lógica comercial dos grandes estúdios, e para isso buscou influências no Neo Realismo Italiano e no cinema de autor francês, Nouvelle Vague. As produções em sua maioria tinham um caráter didático e financiamento público pelo INCE. Valendo-se da fala de Cacá Diegues podemos identificar os expoentes do movimento:

O Cinema Novo deve sua idéia fundamental a Nelson Pereira dos Santos, a sua utopia a Glauber Rocha, mas a sua articulação a Leon [Hirzsmann]. Foi ele quem articulou o Cinema Novo, e quem não deixou o Cinema Novo acabar mais cedo. O Leon foi o maior articulador que o cinema brasileiro já fez (DIEGUES In:SALEM, 1987, p. 137. *apud* RODRIGUES, 2005).

As obras de destaque que conferiram um impacto de compromisso social ao cinema e marcam o lançamento do Cinema Novo foram “*Arraial do Cabo*” (1959), de Paulo César Sarraceni, que retrata a fisionomia de uma comunidade de pescadores localizada a 25 km de Cabo Frio; e “*Aruanda*” (1960), dirigido por Linduarte Noronha, mostrando a formação de um quilombo em Serra Talhada, alto sertão da Paraíba.

A impossibilidade de gravação do som em sincronia com as imagens, e a necessidade de intervenção da voz over garantiram ao cinema dos anos 50 um tom de didatismo, onde tudo deveria ser explicado. Na década seguinte, o cinema passou a ser caracterizado como Cinema Direto, devido à possibilidade de gravação de depoimentos e entrevistas simultaneamente às filmagens. Com a modernização do cinema, as temáticas antropológicas e de exaltação das riquezas naturais do país, que já haviam começado a ser deixadas de lado com o Cinema Novo, cederam lugar para a temática social numa reflexão sobre a situação do (sub)desenvolvimento do país, da urbanização e de valorização da cultura popular. Ao partir de uma abordagem cientificista-didática para uma abordagem política, o documentário se fortaleceu como gênero. A conjuntura política no país estimulava a produção intelectual ligada a questões regionais, manifestações culturais e religiosidade popular.

O Cinema Direto conferiu maior veracidade e intimismo às histórias com a captação de ruídos do ambiente e falas dos personagens reais. Mas, como nenhuma tecnologia é capaz de alterar por si só a perspectiva mental dos autores, apesar da disponibilidade técnica, as primeiras tentativas de gravação de som em filmes direto falharam (*Marimbás – 1962 - de Wladimir Herzog*, e *Garrincha, Alegria do Povo – 1963b - de Joaquim Pedro de Andrade*). Até os dias de hoje a voz over continua a ser usada como recurso estilístico para unir a fala dos entrevistados.

Como o próprio nome diz, o Cinema Direto não conta com roteiros, e como denomina Sérgio Santeiro, é uma “dramaturgia natural” sujeita a representações explícitas, latentes e inesperadas, o que abre margens para improvisos.

A principal característica que garante força às obras do Cinema Direto é o poder da fala, a diversidade de vozes e de expressões do povo brasileiro exploradas

em entrevistas e depoimentos como recursos estilísticos. O estilo pôde ser proporcionado (mas não determinado) pela técnica: câmeras mais leves e ágeis que utilizavam película 16mm e gravação de som e imagem possibilitou maior versatilidade de montagens. Assim, os filmes da época tinham maior aproximação com a realidade e com o objeto das obras. Apesar da proximidade física, buscou-se um distanciamento objetivo ligado à função política exercida pelo documentário de então, e pela visão exteriorizada do documentarista. O sujeito era tratado como um tipo sociológico em função da tese a ser desenvolvida pelo realizador.

Foi durante a década de 60 que começaram a despontar nomes que mais tarde se tornariam importantes na cena brasileira: Arnaldo Jabour, Eduardo Scorel, Dib Lutfi, Antônio Carlos Fontoura, Luiz Carlos Saldanha, Vladimir Herzog, Alberto Sabá, Domingos de Oliveira, Oswaldo Caldeira, David Neves, Gustavo Dahl, João Batista de Andrade, Maurice Capovilla, Sérgio Muniz e Renato Tapajós. “*Maioria Absoluta*” (1963), de Leon Hirszman se destacou como o primeiro filme com captação efetiva de som direto, feita por Arnaldo Jabour, mostrando de maneira inédita o registro espontâneo da fala do povo brasileiro. “*Maioria Absoluta*” abordou o analfabetismo de maneira aprofundada, numa relação com outros temas como a questão do voto e o posicionamento da classe média. Como muitos outros filmes do período, a produção foi perseguida pelo regime ditatorial e teve que ser interrompida, sendo que a finalização foi feita clandestinamente. Havia planos de produzir em sequência “*Minoria Absoluta*”, tratando dos universitários, mas o veto dificultou o trabalho que acabou não saindo do papel.

No ano seguinte (1964), Paulo César Sarraceni lançou “*Integração Racial*” com o tema da discriminação no Brasil, também com captação de som de Arnaldo Jabour. Ainda em 64, Jabour se lançou como diretor do primeiro curta-metragem feito em fotografia colorida, “*O circo*”, que versava de maneira popular sobre a questão do artista circense. No mesmo ano, o estilo fotográfico também foi reproduzido em *Deus e o Diabo na Terra do Sol*, de Glauber Rocha.

Ainda entre 1964 e 1965 consolidou-se a Caravana Farkas, com participação do Thomas Farkas em parceria com os cineastas Paulo Gil Soares, Manuel Horácio Gimenez e Maurice Capovilla, que produziam filmes coletivos, revezando-se nas diversas funções. Foi a partir desta parceria que floresceu a série

“*Condição Brasileira*” (1969 – 1971) com 19 curtas-metragens. Na década de 60, tanto a ficção quanto o documentário eram influenciados pela estética da realidade. Foi também em 1964 que Eduardo Coutinho iniciou as filmagens de “*Cabra Marcado para Morrer*”, no entanto, o filme, seria finalizado só 20 anos mais tarde devido à censura do regime militar. O mesmo aconteceu com outros títulos como “*O País de São Saruê*” (1966) de Vladimir Carvalho; e “*Liberdade de Imprensa*” (1966) de João Batista de Andrade, que fora exibido por somente duas vezes antes de ser apreendido pelo exército.

Na década de 1970, com a chegada do videotape, muitos artistas plásticos passaram a usar as gravações como experimentações estéticas, mas este foi também um período de crise de representações para o documentário, pois a consolidação da televisão como veículo de massas não provocou somente uma mudança de suporte, mas de conteúdos e formas. Começaram a ser produzidos documentários televisivos e reportagens investigativas.

Como o período era de indisposição política, a TV Cultura lançou o telejornal “*A Hora da Notícia*”, que pretendia mostrar uma contra-visão às matérias e filmes institucionais difundidos pelo regime militar. Foi neste telejornal que Wladimir Herzog se engajou como contestador, o que mais tarde viria a lhe custar a vida. Também participaram da equipe do telejornal Fernando Pacheco Jordão, e o cineasta João Batista de Andrade, responsável por editar pequenos documentários com as imagens que a ditadura ocultavam. Uma destas reportagens mais tarde deu origem ao curta-metragem “*Migrantes*” (1972). Em 1974, o telejornal “*A Hora da Notícia*” foi extinto.

Ainda como convergência do documentário com a TV, em 1972, foi criado o “*Globo Repórter*”. O programa foi desenvolvido a partir de uma série de documentários, o “*Globo Shell Especial*” e pretendia mostrar de forma inovadora o país. Para isso, era realizado em película, usava uma linguagem cinematográfica experimental e contava com uma equipe de documentaristas – o mesmo João Batista de Andrade do *A Hora da Notícia*, Paulo Gil, Luiz Carlos Maciel, Eduardo Coutinho - que na década seguinte viria a se tornar um dos mais importantes documentaristas brasileiros, Maurice Capovilla, Hermano Penna e Walter Lima Júnior. No projeto destacam-se os documentários: “*O último dia de Lampião*” (1975,

Maurice Capovilla); “Caso Norte” (1977, João Batista de Andrade), “Wilsinho Galiléia” (1978, João Batista de Andrade) e “Teodorico, o imperador do Sertão” (1978, Eduardo Coutinho). Em 1979 inicia-se uma transição na linha editorial que viria a ser concluída em 1983, e o programa passa a ser controlado pelo Departamento de Jornalismo da Globo com a substituição da película por vídeo e dos cineastas por repórteres.

Outras experimentações em documentários marcaram a década de 70. Arthur Omar, no longa “*Triste Tópico*” (1974) questionou o gênero como reprodução do real, usando uma linguagem fragmentada e ambígua. “*Iracema, uma transa amazônica*” (1974), de Jorge Bodansky explorou os limites entre ficção e documentarismo. E em 1977, Glauber Rocha realizou seu polêmico documentário *Di*, mostrando o velório do modernista Di Cavalcanti. A própria família do pintor proibiu a exibição da obra. A indisposição política do período dificultou o trabalho de muitos documentaristas, mesmo assim, alguns curta-metragens independentes também se destacaram: “*Congo*” (1972), de Arghur Omar, “*Greve*” (1979), de João Batista Andrade e “*Ecologia*” (1979) de Leon Hirszman, por exemplo.

Apesar da predominância da TV como suporte, foi durante os anos 70 que foram atingidos os maiores recordes de público no gênero. Em 1971, pela primeira vez no Brasil, um documentário foi assistido por mais de 1 milhão de espectadores: “*Brasil Bom de Bola*”, de Carlos Niemeyer. Ainda em 1974, “*Isto É Pelé*”, de Luiz Carlos Barreto foi visto por 1.029.452 pessoas. Outros grandes sucessos foram “*África Eterna*”, de Estanislau Szankovsk e “*Assim Era a Atlântida*”, de Carlos Maga com mais de meio milhão de público, em 1970 e 1975, respectivamente.

Na década de 80, o documentário no Brasil estava marcado pela grande influência da televisão com agilidade de captação e aparatos de captação eletrônica, embora estivesse à margem das lógicas comerciais de difusão. A relação com o sujeito já não é mais em busca do “tipo sociológico” como nos anos 60, mas de histórias pessoais - o outro não é visto como instrumento para justificar uma tese, mas relativizado em sua complexidade. Os próprios realizadores passam a assumir os conflitos da representação de diferentes culturas: os personagens não são planos

e a verdade é complexa. O humor como estratégia de comunicação também começou a permear os filmes da década de 80.

O grande destaque foi Eduardo Coutinho, que com sua temática social, tornou-se o principal documentarista brasileiro. Em 1984, finalmente lançou “*Cabra marcado para morrer*” e em 1987, “*Santa Marta: Duas Semanas no Morro*”. “*Cabra Marcado para Morrer*” é um divisor de águas no documentarismo brasileiro porque marca a modernização das técnicas e o trabalho de autocrítica, apuração e pesquisa de um autor. Já “*Santa Marta: Duas Semanas no Morro*” também foi o marco do primeiro projeto captado em suporte eletrônico. A estética de Coutinho foi tantas vezes reproduzida por outros cineastas, que a exploração excessiva de entrevistas na montagem de documentários, chegou próximo ao limite de um cacoete de linguagem.

Outro grande nome revelado então foi Walter Salles, que realizou os documentários “*Japão uma Viagem no Tempo*” (1986) e “*Frans Krajcberg – o Poeta dos Vestígios*” (1987) e as séries, em parceria com seu irmão, João Moreira Salles, “*China, o Império do Centro*” (1987) e “*América*” (1988). A História do Brasil também foi abordada em títulos durante os anos 80, por exemplo, “*A Revolução de 30*” (1980) e “*Guerra do Brasil*” (1986), de Sílvio Back e “*Os anos JK*” (1980) e “*Jango*” (1984), de Sílvio Tandler. Entre os curtas-metragens ficou famoso “*Ilha das Flores*” (1989) de Jorge Furtado, que questiona a economia capitalista e a desigualdade entre os seres humanos. Também na década de 80 iniciou-se um circuito independente de documentários com a prática de produção e exibição de curtas-metragens alternativos em universidades, sindicatos e associações de bairros. Foi criada a Associação Brasileira de Vídeo Popular (ABVP) que pretendia estimular a participação social de todas as pessoas na produção de vídeos. Luiz Fernando Santoro foi um entusiasta da ABVP, e um dos primeiros profissionais a lutar pela realização de festivais.

Durante os anos 90, o cinema sofre um golpe do governo Collor, com a extinção da Embrafilme, mas, a partir da segunda metade da década, o documentário vive o período de Retomada – um aquecimento na produção graças às leis de incentivo à cultura. A Lei do Audiovisual (8685/93) trata especificamente da produção cinematográfica de longa metragem, já a Lei Rouanet (8.313/ 91) facilita o

investimento de empresas no incentivo cultural em geral em troca do abatimento no imposto de renda. Durante a Retomada, Eduardo Coutinho realizou três importantes filmes: “*Santo Forte*” (1999), “*Babilônia 2000*” (2000) e “*Edifício Máster*” (2002). Os dois primeiros títulos chegaram a 30 mil espectadores, e Edifício Máster teve 74 mil. O documentarista de maior bilheteria da Retomada foi Miguel Faria: 265.466 pessoas assistiram ao longa “*Vinícius*” (2006). A partir de então, começa a ferver a produção no país, mas, dificilmente os documentários são exibidos na televisão comercial. Mesmo os filmes mais premiados, como “*Vala Comum*” (1994) de João Godoy, que conta a história de presos políticos assassinados durante o regime militar, não têm grande difusão. O espaço para o gênero fica predominantemente na TV a cabo e nas salas de cinema. Com a facilidade no acesso a equipamentos, a década de 90 assistiu à proliferação de títulos. E os festivais começaram a oferecer espaço de divulgação para os filmes, estimulando a iniciativa de documentaristas iniciantes.

Com mais pessoas tendo equipamentos à mão, a estética em primeira pessoa se popularizou tal qual a lente da câmera como olho do observador. Atualmente é comum observarmos experimentações, convergências e hibridismo de suportes no documentário digitalizado. Apesar da diversificação de títulos, o calcanhar de Aquiles do gênero sempre foi os números de público.

Dentre os filmes mais vistos na história do documentário brasileiro (com mais de um milhão de espectadores) estão títulos que têm ligação com ídolos e paixões nacionais. Há quase 30 anos o público de documentários nacionais não supera um milhão de pessoas e a última vez em que foi atingida a marca de 500 mil espectadores foi em março de 1984. Isso se deve também à diversificação e aumento no número de documentários lançados anualmente.

Tabela 2 – Documentários nacionais com mais de um milhão de espectadores (1970/2009)

| <b>TÍTULO</b>                    | <b>DIRETOR</b>         | <b>PRODUTORA</b>                         | <b>ESTRÉIA</b> | <b>PÚBLICO</b> |
|----------------------------------|------------------------|------------------------------------------|----------------|----------------|
| O MUNDO MÁGICO<br>DOS TRAPALHÕES | SÍLVIO<br>TENDLER      | RENATO ARAGÃO<br>PRODUÇÕES<br>ARTÍSTICAS | JUN/81         | 1.892.117      |
| BRASIL BOM DE<br>BOLA            | CARLOS<br>NIEMEYER     | CANAL 100 FILMES                         | JAN/71         | 1.074.115      |
| ISTO É PELÉ                      | LUIZ CARLOS<br>BARRETO | LC BARRETO                               | MAI/74         | 1.029.452      |

Fonte - Agência Nacional de Cinema – ANCINE (2009)

Tabela 3 – Documentários nacionais com mais de 500 mil espectadores (1970/2009)

| <b>TÍTULO</b>            | <b>DIRETOR</b>          | <b>PRODUTORA</b>                                          | <b>ESTRÉIA</b> | <b>PÚBLICO</b> |
|--------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------|----------------|
| ÁFRICA ETERNA            | ESTANISLAU<br>SZANKOVSK | ESTANISLAU<br>SZANKOVSKI<br>PRODUÇÕES<br>CINEMATOGRAFICAS | NOV/70         | 597.264        |
| JANGO                    | SÍLVIO<br>TENDLER       | CALIBAN PRODUÇÕES<br>CINEMATOGRAFICAS                     | MAR/84         | 558.313        |
| ASSIM ERA A<br>ATLÂNTIDA | CARLOS<br>MANGA         | ATLÂNTIDA<br>CINEMATOGRAFICA                              | OUT/75         | 536.083        |

Fonte - Agência Nacional de Cinema – ANCINE (2009)

Com a evolução dos suportes e dos meios houve uma diversificação das obras nacionais, acompanhando uma tendência mundial. Dados da Agência Nacional de Cinema (ANCINE) mostram que houve um aumento na produção e consumo de documentários no Brasil: nos anos 90 a média era de no máximo 10 filmes lançados por ano, em 2005 foram lançados 12 filmes, em 2007 bateu-se o recorde com 32 títulos. Quanto ao consumo, em 2002, dos 10 filmes nacionais mais assistidos no cinema, 3 eram documentários: “*Surf Adventures: o filme*” (Arthur Fontes); “*Janela da Alma*” (João Jardim e Walter Carvalho); “*Edifício Master*” (Eduardo Coutinho).

No ano de 2009, quase metade dos lançamentos brasileiros eram filmes documentários. Mas, como pode ser observado na tabela a seguir, a fatia do público ainda não corresponde a uma divisão proporcional – a ficção que marca 53,57% dos títulos lançados e abocanha 95,25% do mercado, enquanto os documentários com 45,24% dos títulos atingem somente 2,47% do público.

Tabela 4 - Lançamentos brasileiros segundo gênero e obra – ano 2009

| GÊNERO       | TÍTULOS   | %<br>TÍTULOS   | PÚBLICO           | % PÚBLICO      | PÚBLICO/<br>TÍTULO |
|--------------|-----------|----------------|-------------------|----------------|--------------------|
| ANIMAÇÃO     | 1         | 1,19%          | 361.00            | 2.28%          | 361.030            |
| DOCUMENTÁRIO | 38        | 45,24%         | 390.497           | 2,47%          | 10.276             |
| FICÇÃO       | 45        | 53,57%         | 15.062.430        | 95,25%         | 334.721            |
| <b>TOTAL</b> | <b>84</b> | <b>100,00%</b> | <b>15.813.957</b> | <b>100,00%</b> | <b>188.261</b>     |

Fonte - Agência Nacional de Cinema – ANCINE (2009)

Em 2010, continuou a tendência observada no ano anterior – equilíbrio no número de títulos lançados por gênero e defasagem de público. Dos 14 filmes brasileiros que estrearam no primeiro trimestre de 2010, sete são documentários e sete são obras de ficção, no entanto, as obras ficcionais foram responsáveis por 97,33% do público das estréias nacionais.

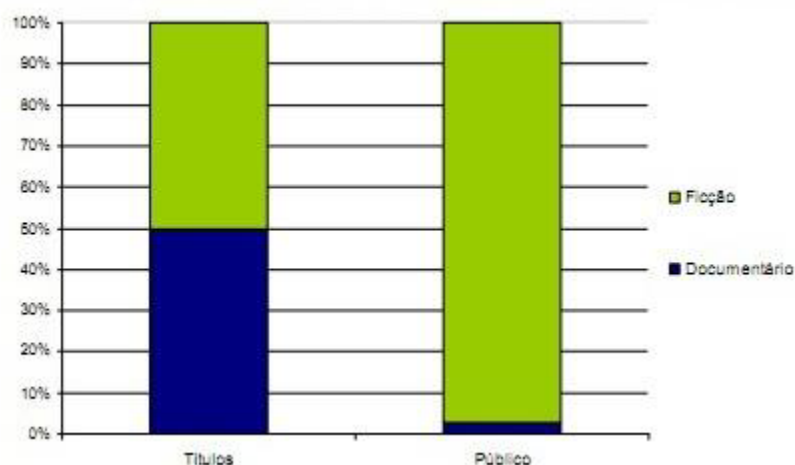


Gráfico 3 - Lançamentos nacionais do 1º trimestre de 2010  
Fonte - Agência Nacional de Cinema – ANCINE (2010)

Há uma década ainda havia o predomínio de obras ficcionais sendo lançadas, conforme se poderá observar no próximo gráfico, mas atualmente observamos um equilíbrio de títulos, embora os números de público não acompanhem o mesmo equilíbrio.

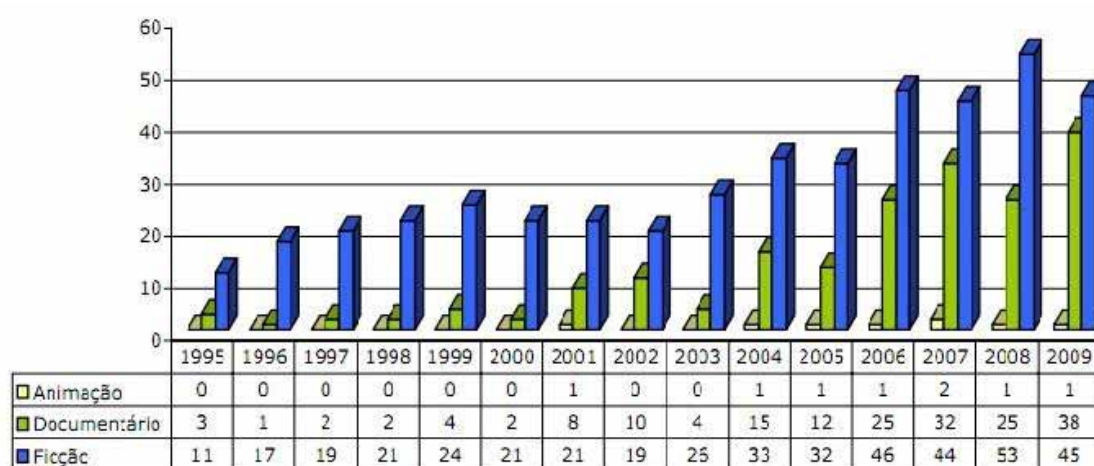


Gráfico 4 - Quantidade de filmes por gênero e ano (1995 – 2009)  
 Fonte – Sistema de Acompanhamento de Distribuição (SALIC, SADIS – ANCINE), Filme B, Seccmj e Empresas Distribuidoras

Apesar de o público ainda não estar tão acostumado a ir aos cinemas assistir documentários, observamos uma evolução nas produções brasileiras do gênero, que são cada vez mais freqüentes e de melhor qualidade. Em 2011, o Brasil esteve entre os favoritos para receber o Oscar de melhor documentário de longa-metragem com "*Lixo Extraordinário*". O premiado foi "*Trabalho Interno*" (EUA), mas o nível da disputa confirmou o desenvolvimento do cinema de não-ficção.

O aumento da produção estimula o acesso aos conteúdos, com a possibilidade de crescimento do público. Observamos este cenário se falarmos de filmes profissionais, pois quando partimos para produções caseiras, a situação mostra-se diferente e mais democratizada, com um maior número de pessoas produzindo e assistindo. Por exemplo, somente um festival como a Mostra do Filme Livre (MFL), que é realizado no Rio de Janeiro desde 2002, atinge a marca de 700 filmes lançados anualmente.

### 2.2.1.1 Produções independentes e festivais

A cada ano, aumenta o número de festivais realizados no Brasil, o que comprova o crescimento do mercado audiovisual. No ano de 2011, foram registrados no país mais de 150 festivais de documentários. Considerando-se que nos anos 90, eram pouco mais de 20 festivais, o aumento foi bastante significativo.

Os festivais são importantes para inserção da sociedade no universo audiovisual e para disseminação artística e cultural. São uma oportunidade de exibição de documentários longa e curta-metragens, comerciais e independentes. O festival é o momento de expressão do autor e de formação da platéia. O circuito movimenta quase 3 milhões de espectadores por ano, com ampla cobertura nacional.

O principal evento da América do Sul dedicado exclusivamente a documentários é o “É tudo verdade/ It’s all true”. O festival internacional foi criado em 1996 por Amir Labaki e acontece geralmente no primeiro semestre do ano com pontos de exibição de no Rio de Janeiro e em São Paulo. Na 16ª edição do “É tudo verdade” (2011) foram selecionados 92 filmes curtas, médias e longas-metragens de 29 países.

Já o maior festival de vídeos em geral (ficção, documentário, experimental e animação) da América Latina é o Festival do Minuto. A restrição é que os filmes devam ser curtas de até 60 segundos. Desde 1991, o Festival do Minuto ocorre sem tempo e sem local marcado, na internet. Existe uma premiação dos melhores trabalhos que são selecionados por uma equipe de curadores e organizados por categorias no site [www.festivaldominuto.com.br](http://www.festivaldominuto.com.br). Os vencedores são escolhidos por votos do público. Os últimos dados divulgados são de 2009 e apontam que no ano foram inscritos 3,5 mil vídeos no Festival do Minuto.

Em matéria publicada na revista Piauí em 23 de setembro de 2009, detectou-se que os festivais sofrem de "gigantismo" devido ao excesso de títulos, (exemplificado pelo Festival do Rio, que exibiria em torno de 300 filmes) tornando impossível para os espectadores participarem da grande maioria das sessões. "A doença parece ter atingido até eventos menores que anunciam a extensão de sua duração e o aumento da quantidade de sessões além do razoável",

diz a matéria. Talvez o gigantismo seja resultado da democratização da produção e realização de documentários, da qualidade e quantidade de produtos disponíveis, das quais os festivais já não dão mais conta. Considerando tal realidade, um repositório de documentários como fonte de expressão da cultura, que retratasse a diversidade e a riqueza de temas, poderia presentear tanto os produtores cinematográficos, quanto os expectadores, que teriam a atemporalidade da rede disponível para assistir os filmes que lhes interessassem, conforme a ausência de tempo se encaixar no seu tempo cronológico diário.

### 2.3 Estudo do documentário digital

Mesmo sendo um formato predominantemente ligado ao cinema, atualmente estamos assistindo a migração dos documentários para internet e, provavelmente, um dos próximos passos será a passagem do documentário para a televisão digital. Essas mudanças trazem consigo alguns pressupostos como a mudança do mercado e do consumo de docs - se antes era algo restrito a intelectuais e a salas de exibição, hoje qualquer um pode expressar o seu olhar sobre o mundo e jogá-lo na rede.

Dessa forma, observa-se um aumento do número de documentários disponíveis, sendo produções profissionais ou caseiras, e consequentemente, o aumento do público. Dentre as razões para a democratização estão a disseminação de acesso e consumo da tecnologia digital, com o barateamento dos equipamentos (câmeras portáteis, fitas, programas de edição); as leis de incentivo à cultura; e o boom do documentário a partir da Retomada nos anos 90. A digitalização influencia os documentários do ponto de vista estético, econômico e técnico: a câmera portátil confere mais flexibilidade às gravações, os custos de produção são menores, e a edição não-linear facilita o trabalho de montagem, dessa forma, a linguagem e a temática também podem ser diversificadas.

A partir do momento em que mais pessoas podem assistir a documentários, aumenta-lhes também a consciência social e o reconhecimento do formato como possibilidade de novas autorias. Na lei da oferta e da procura, o

consumo impulsiona a produção, tanto pelo mercado disponível quanto pela conscientização iminente.

A sociedade pós-moderna acostumou-nos com o individualismo, inerente à especialização e às possibilidades tecnológicas, e se cada pessoa pode expressar seu ponto de vista subjetivamente, aumenta também a produção independente favorecendo a construção da identidade cultural dos povos.

Os documentaristas profissionais tentam aplicar um distanciamento e uma objetividade ao seu objeto de estudo, assim como fazem os antropólogos, por exemplo, ou os historiadores, que têm consciência das hierarquias na sociedade, da lei, da legitimidade e da autoridade e se localizam em um lugar separado para observarem e então construir a representação. No entanto, é cada vez mais recorrente que pessoas comuns que possuam instrumentos e meios de participação atuem na produção de filmes que retratem a realidade delas mesmas. Esta é uma vertente a ser explorada, pois tais pessoas conhecem a realidade particular melhor do que qualquer estudioso que chegue ao local para retratá-la com imparcialidade. Então, o público passa a produzir materiais sem necessariamente possuir consciência teórica do que deva ser um documentário, e muitas o fazem pelo *feeling* de mostrar o que vivem.

As produções domésticas são uma exceção ao documentarismo profissional. O documentarista faz representações, segue códigos e convenções, busca a objetividade e baseia-se em uma ética profissional. O indivíduo comum assume as questões representadas e funde sujeito e objeto da realidade. Mesmo assim, uma vertente do documentário não nega a outra.

Com a digitalização e a participação, o distanciamento e a objetividade abrem margens para o envolvimento e a subjetividade. É necessário que se tome cuidado com a qualidade dessa nova informação – o quesito de qualidade não vem acompanhado da ilusão na busca de verdades absolutas, mas na comparação de distintos pontos de vista. Se os documentários tradicionais nos fizeram acreditar na perspectiva do “*É tudo verdade*”, os documentários interativos nos dão a licença poética para acreditar que “*A verdade é uma função do que aparece em último lugar*” (BARTHES 1974, p. 188 *apud* NICHOLS, 1991, p. 142), pois a mutabilidade dos formatos interativos nos mostra o poder da construção da história em tempo real

e direcionada pelo usuário. Alguns teóricos chegam a falar até em “anti-documentário”:

Aqui, sua proposição de realização de anti-documentários como contrapartida dessa determinação ficcional opera-se num duplo movimento: 1) um primeiro desconstrutivista, com a necessidade de “regrar metodicamente o trabalho de desarticulação da linguagem do documentário, ou melhor, de redistribuição dos elementos presentes no documentário tradicional, cuja fórmula não permite realizar certos tipos de pesquisa”; 2) um segundo construtivista, no qual “sem recusar o lado fotográfico de captação, mas fiscalizando-o rigorosamente, poderiam surgir, num período de transição, espécies de anti-documentários, que se relacionariam com seu tema de um modo mais fluido e constituiriam objetos em aberto para o espectador manipular e refletir. O anti-documentário procuraria se deixar fecundar pelo tema, construindo-se numa combinação livre de seus elementos” (TEIXEIRA, 2004).

O documentário digital interativo passa por uma espécie de desconstrução do roteiro com uma concessão às idéias de outras pessoas, num formato que pode render um filme colaborativo. Sempre a reprodução do real passará pela sua desconstrução ao remeter-se a uma convenção. TEIXEIRA (2004) mostra em seu livro, de acordo com Philippe Dubois, uma análise semiótica da imagem documental em três tempos chegando a insinuar um quarto tempo:

- Imagem vista como espelho do real → discurso da mimese → Ícone.
- Imagem vista como transformação do real → discurso do código e da desconstrução → Símbolo.
- Imagem vista como traço de um real → discurso do índice e da referência → Índice.

A inovação, segundo Dubois estaria na “radicalização da lógica indiciária” conseguida através da experimentação, o que seria também “um deslocamento teórico em relação às estéticas clássicas da mimese, analogia e semelhança.”

Os autores independentes costumam não ter uma preocupação excessiva com a objetividade e dirigem-se a uma tendência interpretativa, o que é também uma evolução da maneira de consumir/produzir informações, pois com o aumento do fluxo retransmitido por diversos canais, o cidadão médio não necessita de objetividade, mas de interpretação e orientação da observação.

Nestes casos, a subjetividade pode provir de um engajamento (ou subjetividade de cidadania informada), um compromisso ativo e bem informado com questões em pauta e que podem influenciar intervenções governamentais; curiosidade; ou até mesmo caridade. Em todos os exemplos, são modos de comprometimento com a representação do mundo histórico que vão além do momento assistido e constituem uma práxis social. O distanciamento nos documentários tradicionais é profissionalmente usado como uma técnica para não fazer confundir o próprio texto com o mundo representado, com a subjetividade daquele que diz é também aquele que vive e a subjetividade passa a ser social – um reconhecimento não de um único personagem, mas de uma coletividade. O realismo histórico passa a ser então experiência coletiva, o que abre margens para caminhos variados.

Uma mesma história dá abertura para diversas possibilidades de continuação, ou seja, um mesmo documentário digital, através da intervenção e inter-edição coletiva (por somatória ou alteração de conteúdos existentes) pode virar infinitos outros.

Esta é a relação íntima que o documentário pode estabelecer com a tecnologia. O documentário digital é inovador no formato, na produção, no suporte e no uso que se faz dele. Antes de tudo, o roteiro interativo é algo experimental para o homem que se acostumou com histórias lineares, e a inter-edição é uma concessão dos direitos e protecionismos sobre a obra, na tentativa de enriquecê-la. Sem nenhum produto consolidado na área, o formato do documentário interativo é ainda uma experimentação. O suporte digital estimula a convergência de formatos e conteúdos e quanto ao uso, é praticamente imprevisível e direcionado pelo próprio usuário.

Com a interatividade, o usuário poderá penetrar na temática do documentário, assimilando-a e vivendo como numa realidade aumentada. Como na lógica de jogos de RPG (*Role Playing Game*), ele próprio direciona o futuro da história, num caminho de possibilidades variadas, mas limitadas, de modo a garantir a coesão da história, como já foi dito no primeiro capítulo.

No quesito aprendizado, quando o utilizador traz a história para sua própria vida, passa a fazer mais sentido para ele mesmo, consolidando o processo

educacional. Não se pode negar o potencial do documentário como instrumento de aprendizagem e conhecimento do mundo. Esta é uma das grandes possibilidades a ser explorada pelo documentário digital: todo documentário é uma nova experiência da realidade, e se esta realidade passa a ser também a do indivíduo são praticadas mudanças diárias na acumulação de conteúdos e cultura. A interatividade dentro do documentário como vivência da própria realidade ou da realidade alheia é um momento de estímulo sensorial devido à possibilidade de navegação e inserção na história.

A cada revolução tecnológica, e não seria exagero dizer a cada filme em si, o documentário se renova. O formato é favorável a experimentações e cada nova possibilidade que as tecnologias acrescentam, depende também da criatividade do documentarista.

### 2.3.1 Repositórios para documentários digitais

A nova geração de documentaristas sofreria com um problema antigo – o gargalo de exibição. A estratégia comercial dos cinemas acostumou-se a seguir a lógica: Filmes estrangeiros > Filmes nacionais > Documentários > Curta-metragens. Dessa forma, uma estratégia usada pelos produtores é a exploração de sites de compartilhamento e festivais de documentários. Atualmente existem diversos sites de compartilhamento de vídeos, mas, dentre os estudados, não há iniciativas significativas de alojamento de longas-metragens. Pôde-se observar estratégias para catalogação e organização de filmes, formação de comunidades, promoção de festivais e premiação de vídeos e uso de vídeos com fins educacionais, por exemplo, dentro de cada repositório.

### 2.3.1.1 Youtube<sup>9</sup>



Foto 1 – Página inicial do YouTube

Fonte – YouTube (2011)

O YouTube é um dos mais valorizados sites da internet, em termos financeiros, e, atualmente, a maior comunidade mundial de compartilhamento de vídeos, excedendo 2 bilhões de exibições por dia. Com 10% dos vídeos em HD, o YouTube é o site com mais conteúdos em alta definição. Criado em fevereiro de 2005, o primeiro vídeo foi postado em abril e, em pouco mais de um ano, já contava com 100M vídeo visualizações por dia e 65.000 novos vídeo uploads diários. Em outubro de 2006, o YouTube foi adquirido pela Google por US\$ 1,65 bilhões, e em junho de 2007, foi lançado o YouTube para celulares, uma contribuição à portabilidade e à mobilidade que permitiram assistir e postar vídeos de qualquer lugar. No mesmo mês do ano seguinte, houve uma negociação bem sucedida que culminou com a integração do YouTube com a TV Sony Bravia e também foi lançado o recurso interativo de anotações nos vídeos. Posteriormente, em agosto, os vídeos puderam ser legendados.

Os canais de televisão começaram a se atentar para o sucesso do site e a necessidade de convergência. Então, em outubro de 2008, a programação integral da CBS e da MGM passaram a ser exibidas no YouTube. A possibilidade de exploração comercial diante da audiência do site começou a ser aproveitada com o

<sup>9</sup> [www.youtube.com.br](http://www.youtube.com.br)

lançamento de anúncios antes da reprodução de vídeos. No ano seguinte, as parcerias se tornaram ainda mais robustas com o lançamento de canais do Congresso e do presidente dos EUA, canal do Papa, e assinatura de negócios com a Disney.

A compatibilidade com outros sites permitiu o compartilhamento automático de vídeos do YouTube através de redes sociais e webmail, a partir de junho de 2009. A versatilidade do site começou a superar a TV tradicional quando milhões de internautas puderam assistir a primeira transmissão ao vivo do YouTube – um dos shows da turnê U2 360, em outubro de 2009. O caráter global de transmissão ao vivo e interativa – o YouTube está localizado em 25 países - não tinha sido atingido totalmente por nenhuma emissora de televisão até então. Mais uma vez, em 2010, a transmissão mundial foi explorada com a veiculação em tempo real da entrevista do presidente dos Estados Unidos Barack Obama, e a transmissão da temporada da principal liga de críquete da Índia.

A cada minuto, o YouTube recebe 35 horas de vídeo uploads: mais de um dia por minuto, o que prova a atemporalidade na internet e a riqueza do formato colaborativo. Todo mundo pode postar, nenhuma pessoa terá tempo hábil para assistir tudo o que foi postado, e nenhuma emissora de TV, com um quadro de funcionários limitados, seria capaz de produzir tanta coisa. Estatísticas do site apontam que “Mais vídeos foram enviados para o YouTube em 60 dias do que as três principais emissoras dos EUA produziram em 60 anos”. É verdade que existem conteúdos ricos e outros não tão bons, mas o critério de aproveitamento é subjetivo, e ao mesmo tempo em que o YouTube é um espaço democrático em que qualquer cidadão pode ter sua expressividade, é também uma mídia sem filtros. O conteúdo está lá, para ser buscado de acordo com uma seleção individual.

Os direitos autorais do site seguem a lógica do Copyright, e cada autor é responsável pela sua obra e beneficiário dos lucros que dela advirem. Como os autores são muitos, e os temas diversificados, pode-se dizer que se iniciou a “era da notícia em estado bruto”. Segundo DINES (2007, *apud* OLIVATTI, 2008, p.1), o YouTube criou a noção do cidadão jornalista e do cidadão comunicador.

Em julho de 2010 o YouTube apresentou o projeto de um documentário colaborativo “*Life in a Day*”. A produção foi por conta de Ridley Scott, diretor de filmes épicos como “Gladiador,” “Falcão Negro em Perigo,” “Thelma e Louise,” “Caçador de Andróides” e “Robin Hood” e a direção ficou com Kevin Macdonald, vencedor do Oscar e diretor de filmes como “O Último Rei da Escócia”, “Desafio Vertical” e “Um Dia em Setembro”. No dia 24 de Julho de 2010, as pessoas deveriam sair com uma câmera na mão e gravar fragmentos de seu dia. Ao final, todo o material recebido pelo site (80 mil vídeos com mais de 4500 horas de imagem) foi organizado num roteiro mostrando 24 horas da vida de diversas pessoas em vários pontos do mundo – “um dia visto através dos olhos de todas as pessoas do mundo”, conforme o tutorial do site. A versão final ficou com 90 minutos e foi lançada no dia 27 de janeiro de 2011 no Festival Sundance com transmissão simultânea pelo YouTube.

#### 2.3.1.2 Porta -Curtas<sup>10</sup>



Foto 2 – Página inicial do Porta-Curtas  
Fonte – Porta-Curtas (2011)

O Porta-Curtas é um Projeto da Petrobrás que visa ser um repositório de curtas-metragens e promover a integração com outros sites, permitindo uma

<sup>10</sup> www.portacurtas.com.br

divulgação ampla e o uso educacional dos documentários. Os curtas são exibidos sem cortes e atualmente mais de 900 filmes fazem parte do acervo do site com mais de 13 milhões de exibições registradas. Os internautas podem assistir e votar - ao lado de cada filme fica disposto a avaliação média e a indicação de prêmios recebidos - e criar sua própria cinemateca para armazenar os filmes favoritos. Os mecanismos de busca permitem encontrar filmes de acordo com ano, bitola, cor, cotação, diálogos, diretor, duração, elenco, festival, ficha técnica, gênero, prêmios, sinopse e título. Os usuários cadastrados (mais de 220 mil) podem fazer comentários nos filmes, que são liberados ou não por moderadores. Estatísticas dos filmes mais exibidos e mais cotados são disponibilizadas na homepage.

As pessoas que fizerem cadastro no site também podem optar receber o informativo semanal “CurtaClube”, e os comentários editorializados em outras mídias sobre cada curta também podem ser vistos no site. Não é possível fazer downloads do material. De acordo com os direitos autorais, os conteúdos próprios do site estão liberados para uso em fins não-comerciais, e os roteiros dos filmes, são propriedades dos autores. Os curtas hospedados são selecionados pela diretoria, não é qualquer pessoa que pode enviar conteúdo.

Além disso, a diretoria do Porta-Curtas busca aumentar a visibilidade dos vídeos, vinculando-os através de links numa parceria com outros sites de conteúdo relacionado com o de cada filme. Uma experiência bem sucedida foi o curta-metragem “*Barbosa*”: no dia da morte do goleiro, a empresa Synapse acertou com o UOL, a colocação de um link do filme ao pé do lead da notícia por uma semana. Durante o período foram registradas 27.654 exibições, muitas pessoas que não teriam acesso ao filme porque simplesmente não se dispunham a procurá-lo, acabaram assistindo. O mesmo poderia ser feito com animações em sites de HQ, ou links de curtas indicados ao Oscar hospedados em páginas de cinema, por exemplo.

Uma outra vertente do projeto Porta-Curtas é o “Curta na escola”, no qual uma equipe de pedagogos seleciona e indica curtas para serem aproveitados no contexto educacional, com base numa classificação por faixa etária, nível de ensino e disciplinas. Outros educadores também podem colaborar enviando pareceres sobre o material disponibilizado.

### 2.3.1.3 Vimeo<sup>11</sup>

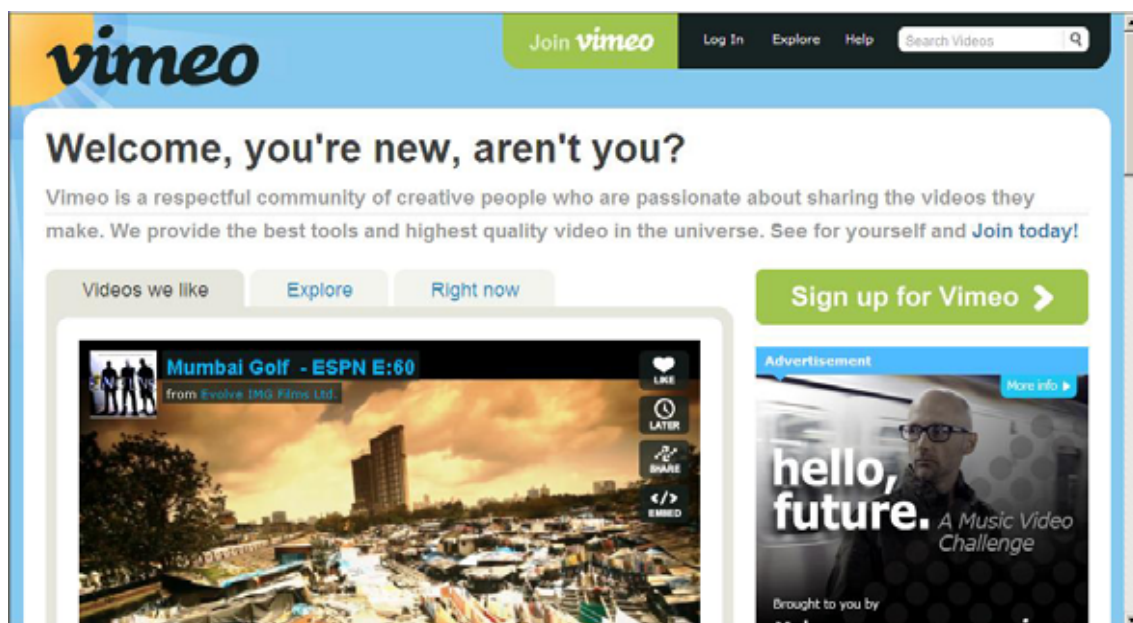


Foto 3 – Página inicial do Vimeo  
Fonte – Vimeo (2011)

O Vimeo é mais um exemplo de site de compartilhamento de vídeos, mas ainda não está disponível em português. Com sede em Nova Iorque, o Vimeo foi criado por profissionais que produziam vídeos e queriam publicar seu trabalho. Com o passar do tempo, algumas pessoas se identificaram com a iniciativa e se juntaram, constituindo uma comunidade. Diferentemente do YouTube, que tem uma organização mais livre, apenas relacionando e indicando títulos convergentes, o Vimeo tem uma categorização dividida por canais, grupos e álbuns nas editorias: ativismo e sem fins lucrativos; animações; arte; comédia; educação; vida cotidiana; experimental; filmes; HD; música; natureza; produtos e equipamentos; ciência e tecnologia; esporte; viagens e eventos; projetos; e séries. O site é também uma rede social, que mostra as atualizações dos participantes. Apenas vídeos próprios e não-comerciais podem ser postados, mas todos podem postar e compartilhar vídeos, e criar um canal próprio. Os usuários escolhem logar em dois tipos de conta, o plano básico gratuito e um plano vip pago. O Vimeo também oferece uma “escola” de vídeo para que as pessoas possam aprender como fazer vídeos melhores, também são compartilhados tutoriais feitos por outros membros e há fóruns de discussão.

---

<sup>11</sup> <http://vimeo.com/>

#### 2.3.1.4 Miro Community<sup>12</sup>



Foto 4 – Página inicial do MiroCommunity  
Fonte – MiroCommunity (2011)

Miro Community é uma plataforma que auxilia na montagem de sites para reunir vídeos provenientes de outras plataformas como YouTube e Vimeo, por exemplo. Miro não é um espaço de hospedagem, não é possível fazer upload direto na página do site, é necessário que os vídeos já estejam na internet. No Miro podem ser criadas páginas de universidades, de grupos específicos, de cidadãos de determinadas localidades ou de qualquer outro tema que congregue pessoas em comunidades de interesses comuns.

O Miro proporciona a criação e personalização de canais de TVs próprios em domínios *www.nomeaescolher.com*. As pessoas podem criar seu próprio ambiente e postar neles o conteúdo que desejarem. O software que roda o Miro Community é livre e *open-source*, ou é possível escolher por serviços pagos que oferecem maior limite para vídeos e permitem maior quantidade de administradores. Dentro de cada domínio criado, o Miro Community permite importar conteúdos e oferece ferramentas para a criação de comunidades que interagem através de

<sup>12</sup> <http://www.mirocommunity.org/>

comentários e fóruns, submissão (envio) de vídeos, e rankings de popularidade dos vídeos mais assistidos em cada site.

### 2.3.1.5 Zappiens<sup>13</sup>

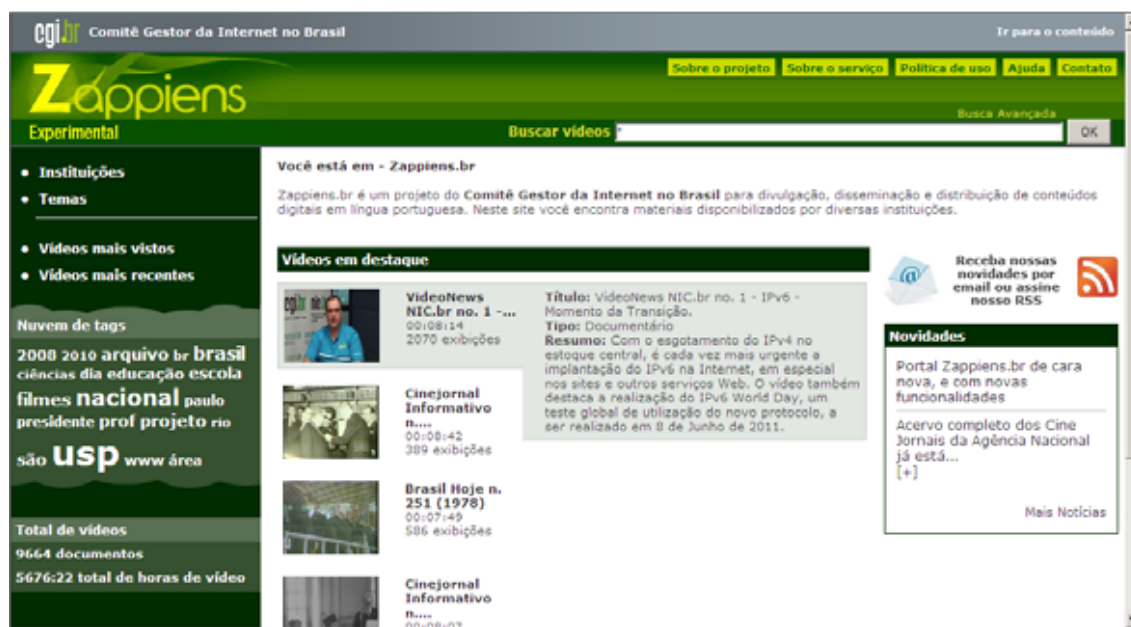


Foto 5 – Página inicial do Zappiens  
Fonte – Zappiens (2011)

O Zappiens é um projeto experimental do Comitê Gestor da internet no Brasil em parceria com a Fundação para Computação Científica Nacional (FCCN) de Portugal. A FCCN mantém desde 2008 o Zappiens.pt., e a partir de fevereiro de 2010 a versão .br entrou no ar. O objetivo do site é a disseminação de conteúdos audiovisuais digitais em língua portuguesa. A iniciativa implementa um repositório de vídeos para uso público tanto para pesquisa quanto ensino em geral. Também são parceiros do Zappiens no Brasil a Universidade de São Paulo (USP) e a Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP).

Predominantemente, os vídeos inclusos no Zappiens são provenientes de instituições de pesquisa, e devem ter caráter científico, educativo, artístico ou

<sup>13</sup> <http://www.zappiens.br>

cultural. Para participar as instituições devem solicitar adesão ao projeto, que é validada por uma Comissão Técnica de Análise (CTA) que avalia a relevância do acervo. Se aprovados, os conteúdos que já estiverem disponíveis na rede poderão ser compartilhados e os que não estiverem em nenhuma plataforma específica poderão ser hospedados no repositório do Zappiens.

O Zappiens promove a interoperabilidade entre repositórios digitais de documentos audiovisuais através do padrão *Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting* disponibilizado por [www.openarchives.org](http://www.openarchives.org). O projeto foi criado através de pesquisas desenvolvidas pelo LARC/ USP, o GT de Vídeo Digital da UFPB e o GT Mediações da UNIFACS. A Universidade de São Paulo também utiliza o Zappiens como base para o serviço de IPTV experimental da USP.

Se por um lado os festivais sofrem de “gigantismo”, os sites de compartilhamento sofrem de “excesso de informação”, há muitos vídeos disponíveis em diversos sites. Por isso um repositório organizado de documentários para Televisão Digital e que reunisse todo o material produzido é a melhor estratégia para disponibilizar a vertente real da sétima arte tal como a conhecemos hoje, para isso prestará-se o projeto Wikimundo, que será proposto ao final deste trabalho

Com base no sucesso do YouTube, fazendo um comparativo com o modelo que queremos propor, podemos aproveitar alguns acertos como acordos com emissoras de TV, versão para celular e integração com outros sites, principalmente redes sociais. No caso, o modelo que queremos propor em si, é uma rede social, que também deverá ser integrável com outras redes já existentes.

No entanto, algumas características não se adaptariam ao modelo ao Wikimundo, como o fato de o YouTube ser uma mídia sem filtros, que permite a postagem de qualquer tipo de vídeo, seja vídeos pessoais, documentários, clipes de música, ou até mesmo programas de TV de emissoras consagradas. A riqueza do site está na diversidade, mas pode criar uma babel de linguagens, agravado pelo fato de a rede possibilitar a desterritorialização e o retrato das diferenças, sendo a liberdade participativa o veneno e o remédio da cibercultura, conforme Lévy:

Devido a seu aspecto participativo, socializante, descompartimentalizante, emancipador, a inteligência coletiva proposta pela cibercultura constitui um dos melhores remédios para o ritmo desestabilizante, por vezes excludente, da mutação técnica. Mas, neste mesmo movimento, a inteligência coletiva trabalha ativamente para a aceleração dessa mutação. Em grego arcaico, a palavra *pharmakon* (que originou *pharmacie*, em francês) significa ao mesmo tempo veneno e remédio. Novo *pharmakon*, a inteligência coletiva que favorece a cibercultura é ao mesmo tempo um veneno para aqueles que dela não participam (e ninguém pode participar completamente dela, de tão vasta e multiforme que é) e um remédio para aqueles que mergulham em seus turbilhões e conseguem controlar a própria deriva no meio de suas correntes (LÉVY, 1999, p. 30).

Na concepção do modelo de repositório de documentários para TVD, os vídeos devem ser registros etnográficos, com as características básicas que conferem-lhe o caráter de documentário.

Do Porta-Curtas, podemos aproveitar o exemplo de repositório, a categorização dos títulos, o uso educacional e a ligação relacional segmentado com o material de outros sites. No entanto, a delimitação dos autores e a restrição a curta-metragens diverge do modelo que pretendemos propor, que visa abrigar todos os tipos de documentários.

Observando o Vimeo podemos sacar mais um exemplo de catalogação de vídeos, criação de canais próprios e construção de comunidades, assim como no Miro Community. O fato de o Vimeo permitir a postagem apenas de vídeos próprios e sem fins comerciais, o caracteriza como um site de materiais alternativos. Os fóruns de discussão e os tutoriais disponibilizados no Vimeo são uma estratégia de aprendizado e estímulo à produção que também merece ser considerada como inspiração para o Wikimundo.

O Zappiens é uma importante estratégia de divulgação de conteúdos educativos, culturais e artísticos, no entanto acaba se fechando em nichos específicos em nome da qualidade quando delimita a participação de instituições que tenham um rico acervo .

Considerando todos os pontos listados, o Wikimundo pretende agregar os pontos positivos e ser um canal inédito na Televisão Digital para postagem de documentários e construção de relacionamentos em rede. O espaço primará pela

realização de festivais, pela livre regulação e pela participação de todos. Pensando nisso, o próximo capítulo propõe uma análise das redes sociais e como efetivamente deverá ser este repositório.

## **CAPÍTULO 3: REDES SOCIAIS E REPOSITÓRIO DE DOCUMENTÁRIO PARA TVD**

### **3.1 Cibercultura**

Estamos, a cada dia, vestindo um novo corpo tecnológico que ao mesmo tempo em que nos impõe algumas mudanças nos faz inventar outras novas: nossas narrativas passam por um processo de renovação, nosso pensamento, e conseqüentemente, também modo de nos relacionarmos se altera. O processo é contínuo e inter-determinado-determinante, ou seja, narrativa, pensamento e relacionamento mudam-se e são mudados uns pelos outros.

A mudança narrativa sempre esteve presente quando a tecnologia foi introduzida na comunicação humana como recurso artificial. Uma nova tecnologia altera a percepção espaço/temporal como também o alcance da inteligência. A primeira estratégia que artificializou a inteligência foi a escrita, que permitiu que os conhecimentos não precisassem ser necessariamente memorizados. Se antes, o mais inteligente era o melhor orador, com o surgimento da escrita, os mais letrados passaram a ser os mais valorizados.

A cultura do livro passou à cultura da imprensa e a difusão de informações pelas técnicas de gravação em áudio e vídeo relativizou a noção de presença e observação. Agora, com a cultura das redes - a cibercultura - o processo de troca de informações, artificialidade e coletivização da inteligência e armazenamento de dados é acelerado e desterritorializado pela internet.

Imersos na cultura digital nos deparamos com novas opções, que permitem reorganizar os papéis dentro do processo comunicacional. Desde 1948, as Teorias da Comunicação passaram a considerar, além dos públicos, o comunicador, o conteúdo, os canais e os efeitos. Foi Harold D. Lasswell quem percebeu que existiam vários fatores envolvidos no processo. Enunciou que uma forma convincente de descrever um ato de comunicação é responder às seguintes perguntas: quem, diz o que, em que veículo, a quem e com que efeito.

Assim, os novos meios digitais chegam a produzir uma nova cultura que abrange além daquele que fala e daquele que ouve, a possibilidade daquele que responde e interage; esta resposta influi nos conteúdos e nos efeitos.

A digitalização das comunicações, assim como todos os outros progressos ocorridos anteriormente, reproduz mudanças no pensamento humano, na organização da sociedade e na acumulação de cultura.

Mais do que nunca, o direito de falar passa a ser poder. E se por um lado, a democratização apresenta-se através da programação 2.0 aberta à participação e à colaboração, sabemos que o processo não é tão simples quanto parece e que a inclusão digital é uma questão muito mais ligada aos hábitos e aos aprendizados do que à tecnologia propriamente dita, sem nos esquecermos do fato de os detentores do poder precisam se abrir para novas vozes. De nada adianta que um sujeito possua um celular 3G ou um set-top-box em sua TV se ele não sabe o que fazer com tais recursos. Chega a ser uma forma de exclusão digital, tão grave quanto daqueles que nem sequer possuem acesso. A comunicação fica comprometida, pois por mais perfeitos e sofisticados que sejam os meios técnicos eles jamais poderão produzir automaticamente comunicação, que é uma interação entre dois ou mais sujeitos. Apesar de os meios poderem provocar, no sentido de instigar, a comunicação e contribuir para que seja uma realidade segundo o uso intencional que se lhe der, a interação manifesta-se nas mensagens e nas pessoas, não está contida nos meios, apenas faz deles instrumentos.

Para entender as evoluções tecnológicas pelas quais estamos passando com a TV Digital, devemos entender que a evolução dos instrumentos possibilita (mas não determinam) novas formas de narrar, e conseqüentemente, influem na construção da cultura.

Qual a diferença de se contar uma mesma história hoje no norte do Brasil ou no leste da África? E como se dera essa diferença 100 anos atrás? Com a tecnologização, os padrões narrativos se liquefizeram e os padrões culturais se globalizaram, com a manutenção de muitos traços particulares de determinadas culturas incorporados aos traços difundidos mundialmente. Assim, podemos encarar narrativa e cultura diretamente ligadas, pois é narrando que um povo constrói e transmite sua cultura.

Atualmente observamos uma nova definição nos padrões da narratividade. Com o uso das tecnologias, a construção do saber tem se tornado cada vez mais coletiva. A sociedade da informação é definida por uma ordem desenhada por redes globais, transações eletrônicas digitais intensas e profundas. Essa ordem é sustentada por comunidades, conteúdos, convergências e conectividades.

A consequência disso é que hoje se mudam os padrões de inteligência, baseando-se na mudança dos padrões da forma de se narrar, e vice-versa. Esta evolução aconteceu do mito, da cultura popular falada, para as teorias, da cultura racional escrita, e finalmente para a cibercultura de simulações. O pensamento com o auxílio das máquinas pôde ser mudado completamente.

Todo este cenário de digitalização de tecnologias e conteúdos, multilateralidade e convergência caracterizam a cibercultura, que pode ser definida como aquilo que acontece no ciberespaço. Ciberespaço é um neologismo criado no romance de ficção científica de William Gibson (1991), sendo uma alucinação intuitiva entre as máquinas, um espaço que não existe efetivamente. Para CARSOSO (apud NICOLA 2004, p.26), “o ciberespaço é uma espécie de corredor de passagem, um hiperterminal planetário onde toda informação circula, um “não-lugar”. LÉVY (1999) concebe o ciberespaço como um conjunto de computadores interligados, um computador hipertextual, disperso, vivo, fervilhante, inacabado.

O ciberespaço reúne a nova sociedade da informação; uma sociedade que se reorganiza num espaço sociotécnico, suportada por uma linguagem hipertextual de códigos, o *Hypertext Markup Language* (HTML), que consiste em diferenciar nós do texto digital.

As pessoas dentro da cibercultura são os cyborgs, ou organismos humanos modificados com computadores. A raiz da palavra vem do grego *kubernetes*, que significa governar. Ou seja, em uma sociedade em que muitas coisas não podemos escolher ou determinar, a cibercultura possibilita aos *kubernetes* uma capacidade de autodeterminação.

No entanto, essa autodeterminação possibilitada pela capacidade de conduzir uma navegação tem que ser adquirida e construída pelo sujeito com

fundamento em alguns pressupostos: suscitar diferenças, criar condições para que os diferentes possam falar e promover organizações para contemplar as diferenças.

O complexo de Procusto<sup>14</sup> sempre atingiu a sociedade em geral, no sentido de que se é pouco acostumado a lidar com os diferentes e é o “calcanhar de Aquiles” da cibercultura. Deve-se aceitar a idéia de que diferenças não são desigualdades sociais e que vivemos em um mesmo espaço no qual a variabilidade é riqueza, como indicam as teorias dos sistemas complexos.

Os sistemas complexos são guiados por propriedades emergentes – interações simétricas e sem hierarquias entre diferentes elementos individualizáveis que trabalham juntos em interrelação, interdependência, diferenciação e interdefinibilidade. Neste caso, nenhum elemento sozinho é capaz de fazer alguma coisa, mas se trabalharem em conjunto, fazem o sistema funcionar e garantem significação interdisciplinar a este sistema, assim é na sociedade (cada indivíduo), na rede (cada computador), no cérebro humano (cada neurônio). No entanto, não se trata da noção do sistema sob visão do estruturalismo, no qual as estruturas pesam sobre os humanos, mas não funcionam sem a cumplicidade deles. A emergência de mudanças no funcionamento do sistema ocorre quando uma massa crítica se organiza em novos comportamentos.

Um exemplo da consciência de que vivemos em sistema complexo foi atingida por algumas comunidades Zapatistas (*Tzotzil, Tzeítal, Tojolabal, Zoque, Chole*) que têm uma idéia de vida coletiva e comunitária.

Na língua falada por essas comunidades, não existe a palavra “Eu”, mas apenas “Tik” (= nós), que é repetida constantemente. Na “*língua de nosotros*” uma ação abrange a todos. Numa tradução livre, as frases ficariam assim: “*Maria roubamos a barca*”, demonstração que o roubo é advento de implicações sociais, desigualdades e conseqüências que não envolvem um indivíduo isoladamente. A língua também não admite a relação sujeito/objeto, pois tudo o que existe é sujeito numa organização de igualdade, complementaridade e colaboração. A comunicação

---

<sup>14</sup> A lenda grega de Procusto conta a história de um bandido que oferecia pouso para viajantes perdidos e cansados. A sobrevivência dos acolhidos dependeria do “encaixe” ao tamanho da cama de ferro de Procusto. Os visitantes eram amarrados com correntes e aqueles menores que o tamanho do leito tinham seu corpo insuportavelmente esticado, os maiores, tinham as extremidades do corpo amputadas. Em ambos os casos, eliminavam-se os indivíduos que não tinham o padrão esperado numa atitude normalizadora.

também é feita em plano de igualdade, o que lhe garante uma diminuição nos ruídos e melhor circulação.

Os princípios da língua aplicam-se ao modo de viver. Nestas sociedades, a família é expandida e as crianças passam de mão em mão, como o ideal de Democracia proposto por Aristóteles em que os filhos deveriam ser criados como se fossem filhos de todos. A política é feita por meio de Assembléias, e as autoridades “*mandam obedecendo*”.

A educação é entendida num processo de aprendizado mútuo, “*ensinam aprendendo*”. O que se busca entre estes povos é a solução dos problemas não importando quem os resolva nem o modo de resolvê-los, considerando-se que 100 cabeças pensam mais do que uma. A palavra *Na’a*, que significa saber, aprender, recordar transcende o humano até o universo, não é unidirecional, mas intersubjetivo.

E na vida cotidiana, “*caminham perguntando*”, pois o reconhecimento do não-saber é o primeiro passo para o saber, e o perguntar é o passo para chegar a um acordo. Esta filosofia deu origem ao modelo revolucionário do Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN).

E assim, podemos fazer uma metáfora da maneira de pensar *Tojolobal* com a cibercultura, um modo de criar saberes e habilidades coletivas, no qual uma ação incita a outra, produzindo engrenagens do conhecimento. O conhecimento é visto em terceira dimensão, como a estrutura de um prisma, um feixe de luz pode ser transformado em diversas visões, diferentemente do conhecimento plano e da educação depositária à qual criticou Paulo Freire. Por isso, os estudiosos da área propõem a grafia *cibercultur@*, sendo a arroba uma representação da forma espiral, mais próxima à terceira dimensão dialógica.

Em seu livro *Cybernetics*, WIENNER (1948) estudou matematicamente a trajetória de mísseis que deveriam ser derrubados antes de atingirem o alvo e relacionando a isso, criou a teoria de *looping de feedback* (retroalimentação) que pode ser aplicada à cibercultura – o conhecimento é uma forma de gerar *loopings de feedback* positivo, ou seja, conhecimento gera conhecimento.

Dessa forma, é um pleonasmo dizer que a inteligência é coletiva, pois ela sempre é demarcada pelas relações sociais e construída sócio-historicamente. Além

disso, a mente humana não termina na têmpora de cada indivíduo, está distribuída, e o conhecimento só faz sentido se passa a ser aplicado de maneira relacional com outros conhecimentos e envolvendo demais pessoas, caso contrário é dado estático, dependendo ou não de certos instrumentos para isso.

Podemos citar efeitos das novas tecnologias da informação e conhecimento em níveis sociais (superação das esferas públicas e privada), políticos (aldeia global, corporativismo informativo), econômicos (economia da informação), perceptivos (novo entorno cognitivo, mudança dos padrões culturais, novas linguagens) e epistêmicos (cultura da complexidade).

Em seu livro “As tecnologias da inteligência”, LÉVY (1993) destacou que estamos frente a um novo homem metade pensante, metade máquina, intermediado pelas interfaces, que se tornaram um simulacro inseparável do ser. Mas somente os homens detêm os meios de ação, todas as outras esferas – economia, filosofia, religião, linguagem- são entidades abstratas.

Essa abstração, essa complexidade, esse inter-relacionamento criaram uma fragmentação do tempo e do espaço, que, por conseguinte, produziram uma crise da narrativa, das formas de construir e representar. O tempo e o espaço são percepções humanas, mas a máquina, a digitalização e a conectividade são capazes de acelerar e desterritorializar, se não houver uma contextualização adequada. Quando um povo perde a consciência de suas formas de representação, a construção de sua identidade também perde o sentido e é a partir daí que se iniciam os conflitos causados por uma crise da lógica e ordem, uma crise do sujeito.

A artificialidade da inteligência é comprovada quando o homem não consegue construir raciocínios complexos e lógicas sem o auxílio de ferramentas, valendo-se apenas da memória de curto prazo, que muitas vezes é insuficiente para tanto. Atualmente contamos com uma exomemória digital e uma socialização do saber-poder. A simulação e a organização do saber em rede nos fizeram passar da informação para o conhecimento da informação, do pensamento unidimensional para o pensamento complexo, do físico ao simbólico, do massivo ao interpessoal, do unidirecional ao multidirecional, do conhecimento ao metacognitivo.

Como já foi dito, essa nova forma de organização do saber, assemelha-se muito mais ao funcionamento do cérebro humano do que a narrativa linear. E essa é

a grande diferença do analógico para o digital. A TV digital e a internet funcionam da mesma forma que o cérebro humano, neste sentido. O perigo da crise da narratividade poderá ser solucionado se as formas de pensar e agir se fundirem em uma realidade virtual que tenha lastros significativos com o real.

Afinal, como as mudanças nos padrões narrativos influem na vida cotidiana das pessoas comuns? Por um lado, acredita-se que cada nova tecnologia produz novas exclusões. Por outro, acredita-se na democratização da comunicação, na descolonização cultural, na cooperação e desenvolvimento informativo, na articulação de redes sociais, na autonomia e na expressão cultural das minorias.

Fomos acostumados com um pensamento categorizado e organizado, mas estamos diante de uma nova cultura que converteu as informações do mundo real em bits, e isso possibilita que as coisas possam ser reorganizadas por cada pessoa conforme lhe convir. Essa cultura produz a realidade virtual, a comunicação instantânea, a proliferação dos media e a conectividade global; que por sua vez, abriram as portas para o filme digital, a televisão digital, a música eletrônica, games, a *World Wide Web* (WWW) e o *Wireless Application Protocol* (WAP), por exemplo.

### 3.2 Redes Sociais e Relacionamentos Virtuais

A partir do advento da internet, a sociedade pôde estar conectada em qualquer ponto do globo, mas, no início, as ferramentas da rede possuíam uma funcionalidade de uso do governo, das universidades e das empresas. O email, e posteriormente as redes sociais humanizaram o ambiente frio dos computadores e permitiram a participação de todos. As comunidades virtuais começaram a surgir nos laboratórios das universidades norte-americanas e o sistema *internetworking* só seria utilizado em escala global anos mais tarde. Foram as pessoas comuns e os relacionamentos virtuais construídos que garantiram nova significação à rede.

As comunidades originárias dos quadros de mensagens pessoais legitimavam uma nova função para a rede, porque os projetistas do Departamento de Defesa norte-americano haviam pensado nela como um sistema de transferência de dados, e não de troca de mensagens pessoais. Para Rheingold, nesse campo “as alterações tecnológicas mais profundas vieram da periferia e das subculturas, e não da ortodoxia da indústria informática e dos meios acadêmicos da ciência da computação”. (Advanced Research Projects Agency (Arpa) (agência do Departamento de Defesa dos Estados Unidos) (HOWARD, 1997, p. 20 *apud* NICOLA, 2004, p. 73).

O precursor da conectividade e dos relacionamentos em rede foi o BBS (*Bulletin Board System*), um software que permite através de conexão dial-up, a ligação de computadores localizados remotamente. O BBS era utilizado, entre as décadas de 70 e 90, por empresas para integrar seus funcionários externos e também por usuários comuns para troca de dados, aplicativos, informações e lazer. O BBS foi o primeiro site que permitiu aos usuários logarem e interagirem entre si. Com um funcionamento bem parecido com o das redes sociais, qualquer utilizador de um BBS poderia enviar uma mensagem para um fórum que seria distribuída por todos os BBS que fizessem parte da rede, dentro desta havia *newgroups* organizados por afinidade de temas e interesses. Cada BBS possuía um estilo de linguagem próprio, um vocabulário especializado e objetivos convergentes. A identidade de cada BBS mantinha a soberania participativa.

Em seu livro *Virtual Communities*, RHEINGOLD (1997) teorizou sobre o nascimento da comunidade virtual, agregados sociais em lugares virtuais, ou “uma rede eletrônica autodefinida de comunicações interativas e organizadas ao redor de interesses ou fins comuns, embora às vezes a comunicação se torne a própria meta” (*apud* CASTELLS, 2007, p.442). Já Juliana Cutolo Torres dá a seguinte definição para redes sociais:

As redes sociais digitais são o resultado das interações entre indivíduos, tecnologias e fluxos informativos, e nelas ocorre a manifestação de uma sociedade planetária que se expressa em um espaço público desterritorializado, estabelecendo uma interconexão interpessoal universal, sem mediação governamental, com liberdade de expressão e de associação com base em parâmetros partilhados por todos (TORRES *apud* DI FELICE, 2008, p. 257).

Outras estratégias de comunicação e construção de redes foram sendo desenvolvidas após os BBSs. Em 1977, programadores norte-americanos criaram o *Unix (UUCP – Unix to Unix Copy Program)*, que permitiu a conexão entre máquinas e a troca de arquivos. Posteriormente, em 1979, Tom Tuscott e James Ellis realizaram as primeiras trocas automáticas de arquivos via modem em intervalos regulares, pelo sistema Usenet News, que possibilitou a interação em ambientes virtuais. No início da comunicação descentralizada e da digitalização da informação, a comunicação nas redes tinha um caráter fragmentado porque os protocolos de linguagem de máquina não estavam bem desenvolvidos e as conexões eram irregulares.

À parte os relacionamentos, o propulsor à ideia de organizar os dados através de links foi o Memex (Memory Extension), em 1945, de Vannevar Bush “um dispositivo no qual um indivíduo armazenaria todos os seus livros, discos e comunicação. (...) Tudo isso é convencional. O verdadeiro avanço viria com a ‘indexação associativa’” (WEINBERGER, 1950, p.194). No entanto, foi em 1989 que uma descoberta modificou profundamente a história da computação mundial: Tim Berners-Lee propôs a World Wide Web (WWW) com base na sua experiência anterior com o Projeto Enquire – usado para reconhecer e armazenar informações que deveriam estar interligadas. A partir da necessidade de compartilhar dados com qualquer outra pessoa, Berners-Lee construiu ferramentas que possibilitaram o funcionamento da WWW : o Protocolo de Transferência por Hipertexto (HTTP), a linguagem de marcação de hipertextos (HTML); o primeiro navegador, o primeiro servidor e as primeiras páginas da internet. A ideia revolucionária de Berners Lee foi unir o hipertexto e a internet. O projeto foi publicado oficialmente em 6 de agosto de 1991, da seguinte maneira descrito pelo próprio autor:

The WWW project merges the techniques of information retrieval and hypertext to make an easy but powerful global information system. The project started with the philosophy that much academic information should be freely available to anyone. It aims to allow information sharing within internationally dispersed teams, and the dissemination of information by support groups.

The WWW world consists of documents, and links. Indexes are special documents which, rather than being read, may be searched. The result of such a search is another ("virtual") document containing links to the documents found. A simple

protocol ("HTTP") is used to allow a browser program to request a keyword search by a remote information server.

(...)

To follow a link a reader clicks with a mouse. To search and index, a reader gives keywords (or other search criteria). These are the only operations necessary to access the entire world of data.

Making a web is as simple as writing a few SGML files which point to your existing data. Making it public involves running the FTP or HTTP daemon, and making at least one link into your web from another. In fact, any file available by anonymous FTP can be immediately linked into a web. The very small start-up effort is designed to allow small contributions. At the other end of the scale, large information providers may provide an HTTP server with full text or keyword indexing.

The WWW model gets over the frustrating incompatibilities of data format between suppliers and reader by allowing negotiation of format between a smart browser and a smart server. This should provide a basis for extension into multimedia, and allow those who share application standards to make full use of them across the web.

This summary does not describe the many exciting possibilities opened up by the WWW project, such as efficient document caching. The reduction of redundant out-of-date copies, and the use of knowledge daemons. There is more information in the online project documentation, including some background on hypertext and many technical notes (BERNERS-LEE, <http://groups.google.com/group/alt.hypertext/msg/395f282a67a1916c>).<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> O projeto WWW funde as técnicas de recuperação de informação e de hipertexto para fazer um poderoso sistema de informação global. O projeto começou com a filosofia de que muitas informações acadêmicas deveriam estar disponíveis a qualquer um. Tem como objetivo permitir a partilha de informação dentro de equipes dispersas internacionalmente, e a divulgação de informações por grupos de apoio.

O mundo WWW é composto de documentos e links. A indexação é um documento especial que, ao invés de ser lido, pode ser pesquisado. O resultado dessa pesquisa é outro documento ("virtual"), que contém links para os documentos encontrados. Um protocolo simples ("HTTP") é usado para permitir que um programa navegador solicite uma busca por palavra-chave de um servidor de informação remota.

(...)

Para seguir um link, um leitor clica com o mouse. Para pesquisar e indexar, o leitor dá palavras-chave (ou outro critério de busca). Estas são as únicas operações necessárias para acessar todo o mundo dos dados.

Fazer uma página web é tão simples como escrever alguns arquivos SGML que apontam para os dados existentes. Para torná-lo público basta executar o FTP ou servidor HTTP, e fazer pelo menos um link no site a partir de outro. Na verdade, qualquer arquivo disponível por FTP anônimo pode ser ligado diretamente em uma rede. O pequeno esforço inicial é projetado para permitir pequenas contribuições. No outro extremo da escala, grandes fornecedores de informação podem fornecer um servidor HTTP com o texto integral ou a indexação de palavras-chave.

O modelo WWW elimina as frustrações e as incompatibilidades de dados entre fornecedores e leitor, permitindo a negociação de formato entre um navegador e um servidor inteligente. Isso deve servir de base para a extensão multimídia, e permitir que aqueles que compartilham padrões de aplicativos façam pleno uso deles em toda a web.

Este resumo não descreve as várias possibilidades empolgantes abertas pelo projeto WWW, como a busca eficiente de documentos. A redução de cópias redundantes, e o uso de ferramentas de

Com a popularização da WWW os BBSs perderam campo porque apresentavam um custo elevado, uma usabilidade mais complicada, menor capacidade de conectividade e fracos modelos de negócio. Os primeiros usuários ativos da rede eram poucos, faziam parte da contracultura e começaram a olhar com desconfiança a comercialização do espaço online, mas a WWW permitiu à rede se tornar mais “habitada”.

Com a multipersonalização da comunicação mediada por computadores (CMC), tornaram-se evidentes a informalidade, a capacidade auto-reguladora de comunicação e a noção de que muitos contribuem para muitos (mas cada um tem a própria voz e espera uma resposta individualizada) no ambiente online.

Assim, apesar de todos os esforços para regular, privatizar e comercializar a internet e seus sistemas tributários, as redes de CMC, dentro e fora da internet têm como características: penetrabilidade, descentralização multifacetada e flexibilidade. Alastram-se como colônias de microorganismos. Cada vez mais refletirão interesses comerciais à medida que estenderem a lógica controladora das maiores organizações públicas e privadas para toda a esfera da comunicação. Mas, diferentemente da mídia de massa da Galáxia de McLuhan, elas têm propriedades de interatividade e individualização tecnológica e culturalmente embutidas (CASTELLS, 2007, p. 441).

Assim como Castells - que apesar de enxergar interesses comerciais na CMC, via nela as possibilidades de descentralização e flexibilidade -, Kevin Kelly, enumerou os objetivos centrais da comunidade virtual, no sentido de colaboração.

Ser gratuita. Era um objetivo, mas não um compromisso. Sabíamos que não seria exatamente de graça, mas deveria ser tão barata quanto possível...; 2. Deveria dar lucro. (...)3. Ser um universo aberto; 4.ser autogerido; 5. Ser uma experiência autodesenvolvida. Os primeiros usuários deveriam desenvolver o sistema para os seguintes. A utilização do sistema evoluiria em conjunto com o sistema em si, à medida que fosse atualizado; 6. Ser uma comunidade que refletisse a natureza das publicações Whole Earth; [...] 7. A empresa viveria apenas dos usuários (NICOLA, 2004, p. 77).

Contemporaneamente à invenção da WWW, em meados dos anos 90 foi desenvolvido o primeiro mensageiro instantâneo para PCs, o ICQ (sigla para “*I seek you*”). O ICQ foi o responsável parcial pela adoção de avatares e o desenvolvimento de uma linguagem própria da internet com abreviações e emoticons.

Com o desenvolvimento da WWW começaram a surgir sites de diversos tipos e as redes sociais ganharam funções de compartilhamento de dados, fóruns, atualizações de status e ligação de novas pessoas ou velhos amigos. A primeira rede social moderna foi criada em 1997 - o “*Six Degrees*” permitia a usuários criarem um perfil e se tornarem amigos de outros usuários. O site se tornou relativamente popular, atingiu milhões de membros, mas foi extinto em 2001. Na mesma época surgiram “*AsianAvenue*”, “*MiGente*” e “*BlackPlanet*”, todos permitiam criar perfis e adicionar amigos, os perfis poderiam ser pessoais, profissionais ou para troca de dados.

A conectividade também permitiu o desenvolvimento de jogos multiplayer, os MMORPGs (*Massively multiplayer online role-playing games*). Neste tipo de jogo, os usuários se enfrentam virtualmente e evoluem seus personagens através da interação os jogos MMORPGs são bastante praticados em todo o mundo.

Algumas redes sociais se tornaram mais populares no Brasil. O LinkedIn é um site voltado para divulgação de perfis profissionais e negócios que permite a formação de grupos, interação em fóruns e postagem de atualizações em tempo real, possui 100 milhões de usuários em todo o mundo<sup>16</sup> e o Brasil e o México são os países onde o serviço apresenta crescimento mais rápido. O MySpace é especializado no compartilhamento de músicas e vídeos e permite aos usuários personalizarem seu perfil, trocarem mensagens privadas e comentários públicos. O

---

<sup>16</sup> O Estado de S. Paulo. Caderno Link. 22 de março de 2011.

MySpace é bastante usado para divulgação de trabalhos de artistas underground. Outra rede social segmentada é o Flickr. O Flickr destina-se ao compartilhamento de imagens e vídeos, que podem ser organizadas em álbuns. O usuário que disponibiliza fotos pode escolher que elas tenham livre aproveitamento ou estejam restritas aos direitos autorais.

Algumas redes ganharam grande adesão do público. O Orkut atingiu 65 milhões de usuários no Brasil que têm o intuito de conectar-se a amigos e trocar mensagens. Como já foi dito no capítulo anterior, o YouTube é o maior site de compartilhamento de vídeos. E, atualmente, a rede social mais popular do mundo é o Facebook com 500 milhões de usuários, sendo destes, 60 milhões latino-americanos<sup>17</sup>. O site reúne funcionalidades para conectar-se a amigos, procurar amigos de amigos, mostrar atualizações de status, comentar ou curtir atualizações de outras pessoas, postar fotos, vídeos e músicas, participar de games sociais, além de um mensageiro instantâneo. Quanto mais pessoas estão inseridas numa rede social, mais interessante ela se torna, pois o que garante significação às redes sociais são as atualizações.

Outra rede social bastante “populosa” é o Twitter. No último ano, a audiência do site cresceu 900% atingindo 6 milhões de usuários<sup>18</sup>. O Twitter foi idealizado em 1992, mas só chegou a ser viabilizado em 2006. A ideia inicial baseava-se na comunicação de taxistas que deveriam informar onde estavam. Posteriormente, o programador Jack Dorsey pensou em estender o serviço às pessoas comuns. O site coloca a pergunta “*What’s happening?*” que deve ser respondida em 140 caracteres, a delimitação é também o número máximo para mensagens SMS, pensando na atualização móvel.

O objetivo principal do Twitter é divulgar atualizações de status. O nome dado ao serviço foi pensado a partir do barulho “*twitch*” de quando um celular vibra. Ao procurar a palavra no dicionário, Dorsey descobriu o verbo *twitter*, que significa “espalhar informações inconseqüentes” e o “gorcejo dos pássaros” e achou que tinha tudo a ver com a funcionalidade do site.

Usuários podem “seguir” outras pessoas sem necessariamente serem

---

<sup>17</sup> Folha de S. Paulo. Caderno Tec. 19 de junho de 2010.

<sup>18</sup> O Estado de S. Paulo. Caderno Link. 21 de março de 2011.

“seguidos” por elas. Dessa forma, veículos de mídia, artistas e empresas utilizam o Twitter como ferramenta de divulgação. Uma vantagem é que a informação é direcionada, uma vez que se a pessoa segue determinado perfil, tem interesse real no conteúdo deste. O próprio idealizador reconhece que a cada dia são descobertas novas usabilidades para o Twitter. Plataforma de campanhas políticas, manifestações populares organizadas, pedido de socorro em desastres naturais ocorridos no mundo, são apenas alguns exemplos.

Com a disseminação dos smartphones, surgiu uma rede social especialmente voltada para celulares. A Color foi criada em março de 2011 e permite que pessoas em locais próximos registrem e compartilhem fotos, vídeos e textos entre múltiplos celulares em tempo real. O criador, Bill Nguyen disse que é o início das “redes sociais pós PC”. Ainda é cedo para qualquer análise da ferramenta, mas o que se pode imaginar é que as necessidades de conexão e a demanda de compartilhamento em tempo real só tendem a aumentar na sociedade digitalizada.

A partir de todas as estratégias da rede, é possível se encontrar virtualmente com qualquer pessoa situada em qualquer ponto do globo, trocar conhecimentos e compartilhar sentimentos. Os perfis nas redes sociais multiplicam-se de maneira vertiginosa, e se por um lado as pessoas se tornam mais próximas virtualmente, muitas vezes acabam se isolando pessoalmente. O problema começa quando um tipo de relacionamento passa a substituir o outro. As “comunidades virtuais”, não precisam se opor às “comunidades físicas”. Na maioria das vezes os indivíduos juntam-se com base em interesses comuns e vínculos especializados.

No Brasil, as redes sociais on-line têm uma audiência de 29 milhões<sup>19</sup> de usuários, uma comunidade que supera qualquer outra no mundo. O que leva as pessoas a procurarem tais relacionamentos? Estudos demonstraram que conectar-se virtualmente com outros diminui a solidão social, mas aumenta a solidão emocional. Na década de 70, o sociólogo Robert Weiss<sup>20</sup> diferenciou estes tipos de solidão: “a solidão emocional é o sentimento de vazio e inquietação causado pela falta de relacionamentos profundos. A solidão social é o sentimento de tédio e marginalidade causado pela falta de amizades ou de um sentimento de pertencer a

---

<sup>19</sup> Revista Veja. Edição 2120. 08 de julho de 2009

<sup>20</sup> Ibid.

uma comunidade”.

Atualmente, possuímos um maior número de relacionamentos virtuais que reais, ou se ainda não, a situação estaria se invertendo? Segundo o antropólogo inglês Robin Dunbar<sup>21</sup>, o limite das relações humanas é estabelecido pela biologia, pela capacidade cognitiva e pelas habilidades de comunicação, limitando-se a 150 pessoas com quem conseguimos manter uma relação social estável. Se o estudo for válido, os mil amigos no perfil do Orkut ou Facebook podem ser justificados por um aumento na capacidade de comunicação e pela inversão dos relacionamentos reais para os virtuais, se for possível manter um contato social com todos. As atualizações no perfil criam uma “sensação de ambiente” como se a pessoa estivesse presente cada vez que postasse sobre sua vida.

Apesar das limitações de sociabilidade da espécie humana, com a mudança das formas de comunicação, alteram-se também os modos de relacionamento e os laços que construímos com outras pessoas.

Uma distinção fundamental na análise da sociabilidade é entre os laços fracos e os laços fortes.

A Rede é especialmente apropriada para a geração de laços fracos múltiplos. Os laços fracos são úteis no fornecimento de informações e na abertura de novas oportunidades a baixo custo. A vantagem da Rede é que ela permite a criação de laços fracos com desconhecidos, num modelo igualitário de interação, no qual as características sociais são menos influentes na estruturação ou mesmo no bloqueio, da comunicação. De fato, tanto *off-line* quanto *on-line*, os laços fracos facilitam a ligação de pessoas com diversas características sociais, expandindo assim a sociabilidade para além dos limites socialmente definidos do auto-reconhecimento. Nesse sentido, a internet pode contribuir para a expansão dos vínculos sociais numa sociedade que parece estar passando por uma rápida individualização e uma ruptura cívica (CASTELLS, 2007, p. 445).

As redes sociais, em maioria são comunidades virtuais baseadas em laços fracos, mas que não por isso, deixam de gerar relações de reciprocidade e interação sustentada. As possibilidades de conexão com desconhecidos com base

---

<sup>21</sup> Ibid.

em interesses comuns geraram processos de colaboração e vínculos de sociabilidade online.

O editor da revista Wired, Kevin Kelly publicou em junho de 2009 o texto “*The new Socialism: global collectivist society is coming Online*”<sup>22</sup> no qual definiu as atividades em redes – o compartilhamento, a cooperação, a colaboração e o coletivismo – como um novo tipo de socialismo, o socialismo digital: um socialismo sem estado nem governo, que atua na economia e na cultura.

Exemplos práticos desse socialismo na internet podem ser o Linux, a Wikipedia, bens coletivos como o *Creative Commons* e espaços colaborativos como o Flickr e o YouTube de compartilhamento ubíquo de arquivos. Como resultados da colaboração, o texto mostra: calcula-se que a última versão do software colaborativo Fedora Linux 9 é fruto de 60 mil anos-homem – a totalidade do trabalho de 60 mil homens ao longo de um ano. Tudo isso é feito sem remuneração e o que motiva os participantes é o desenvolvimento de novas habilidades e aperfeiçoamento competitivo no mercado de trabalho. Existem softwares colaborativos, mas o homem ainda não conseguiu inventar o hardware livre, e neste ponto o processo ainda tem raízes capitalistas.

Este novo socialismo não está diretamente ligado ao socialismo de bandeira vermelha, nem é anti-americano, no sentido de que não prega uma divisão de ideologias entre os mundos ocidental e oriental. O socialismo digital nasceu numa época de comunicações centralizadas e processos industriais e contrapõe-os a processos de propriedade coletiva, mercado livre, economia global integrada, autonomia individual e descentralização. O autor justifica a escolha da palavra socialismo porque tecnicamente é o melhor termo para indicar a faixa de tecnologias e seu poder em interações sociais:

“Quando massas de pessoas que são proprietárias dos meios de produção trabalham por um bem comum e dividem entre si os produtos desse trabalho, quando eles contribuem com trabalho sem remuneração e têm direito aos frutos do trabalho sem custo, não é absurdo chamar isso de “socialismo” (KELLY, 2009).

---

<sup>22</sup> Revista Wired. 22 de Junho de 2009.

John Barlow<sup>23</sup>, um dos ativistas da área reconhece a existência de “uma força mundial composta inteiramente por agentes livres” - o que determina uma economia descentralizada onde não há propriedade e onde a arquitetura tecnológica define o espaço político. No entanto, não se trata de uma ideologia, mas de um conjunto de técnicas e ferramentas que promovem a colaboração e a cooperação social num terreno fértil de inovação.

Aqui, entram questões relativas ao império e comunicação: controle difuso e flexível, nova ordem imperial com abolição de fronteiras, totalidade biopolítica, dispersão de conflitos e atemporalidade.

Muitas técnicas de saber e de narrar atualmente são construídas coletivamente, portanto são ferramentas muito mais sociais que racionais. Um resultado possível do compartilhamento, da cooperação, da colaboração e do coletivismo é a socialização da educação, apesar de o conhecimento continuar sendo sinônimo de poder.

A tecnocracia pode aumentar a autonomia individual e o poder das pessoas trabalhando juntas. Yochai Benkler<sup>24</sup> propôs a noção de socialismo digital como uma terceira via que pode resolver problemas e criar coisas que nem o puro comunismo, nem o puro capitalismo podem. Nas palavras de Yochai: “eu vejo a emergência de produção social e pontual como uma alternativa para os sistemas proprietários baseados no estado ou no mercado fechado, nenhuma dessas atividades pode atingir a criatividade, a produtividade e a liberdade”.

Novas formas narrativas produziram um novo design espacial e cultural, e se não for muita audácia, pode-se dizer que produziram um novo sistema que não seria nem comunismo nem socialismo.

O poder desse novo sistema é maior do que se pode imaginar, subestima-se o poder que as ferramentas têm de remodelar as mentes, ou nós “realmente acreditamos que podemos construir mundos virtuais inabitados todos os dias e não ter nossas perspectivas afetadas?”

---

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Ibid.

### 3.3 Criação de um perfil na rede de interações – o cyborg

Nos próximos anos, e cada vez mais, a vida virtual será parte da vida em sociedade e haverá aplicabilidade das redes sociais tanto na esfera pública quanto na privada. O indivíduo passará a uma forma de existência em que será meio homem/ meio máquina graças às “tecnologias vestíveis” e à integração com as interfaces que a vida virtual lhe oferece. A fusão de componentes biológicos a sistemas de processamento de informações resulta num cyborg pós-humano que junta tecnologia e vida, como por exemplo, a correspondência entre cérebro e computador em simulações. Embora as regras da simulação sejam desenhadas pelo próprio homem, uma vez programado o computador consegue realizar a tarefa sozinho.

Na política, na economia e na cultura, as comunidades on-line criaram novas formas de sociabilidade adaptadas à tecnologia. A vida urbana se transforma, seja para procurar amigos, fazer negócios, criar comunidades de interesse ou grupos de pressão tão fortes quanto ONGs e partidos políticos.

O cyborg faz parte da *network society* sustentada por cinco pilares: informação, flexibilização da produção, lógica reticular, difusão penetrante das tecnologias e convergência. A comunicação e o pertencimento às redes sustentam o cyborg não mais como uma variável importante, mas como o fator determinante de equilíbrio. O indivíduo precisa pertencer à rede e a rede precisa do indivíduo para funcionar. A inserção do ser na rede provoca uma “transmutação mútua”- se por um lado, a digitalização pode provocar a ilusão de real, a formação de comunidades é o que legitima a existência das pessoas e traz a realidade para o ambiente on-line, e é isso que distingue o humano da máquina.

A sociedade conectada reestrutura as relações de poder: a estratificação social já não é mais baseada em renda, mas ao pertencimento e posicionamento na rede. As redes constituem a nova morfologia da sociedade. A distinção social é fundamentada no “espaço dos fluxos” - “o lugar aberto e supranacional da internet e das viagens intercontinentais do intercâmbio cultural e da economia global em tempo real” (CASTELLS *apud* DI FELICE: 2008, p. 161). O “espaço dos fluxos” pode incluir

apesar da distância, mas também “exclui apesar da proximidade”, pois os nós da rede são pontos de tensão que continuam na mão de poderosos, e não das pessoas comuns. A própria organização geográfica do mundo cria a ligação de metrópoles, superando as fronteiras nacionais.

As redes são estruturas abertas, capazes de expandir-se sem limites, integrando os novos nós [...] até que dividam os mesmo códigos de comunicação [...]. Todavia, a morfologia das redes também é fator de uma reestruturação definida das relações de poder. Os “interruptores” que conectam as redes são os instrumentos privilegiados do poder. Portanto, aqueles que podem acioná-los são os verdadeiros detentores do poder (CASTELLS *apud* FELICE, 2008, p. 154).

O cyborg transita em uma participação mais ativa na política, na economia há uma constante inovação, globalização e concentração descentralizada, com a flexibilidade e adaptabilidade do trabalho e as informações culturais são compartilhadas. Os padrões culturais passam por construções e reconstruções contínuas na sociedade em rede, tamanha a quantidade de informações disponíveis e as possibilidades de troca.

Os movimentos sociais na sociedade em rede são motivados por valores culturais, pela crise das organizações tradicionais e pelo poder organizado em redes globais. Na ciberdemocracia, os cidadãos poderão participar e ter acesso às contas públicas. A possibilidade de reunir pessoas em pontos distantes que compartilham da mesma opinião fortalece o poder contestatório das massas, como aconteceu, por exemplo nas eleições do Irã, em julho de 2010. Em entrevista à revista *Época*<sup>25</sup>, a americana Christie Herron, sócia de uma empresa de capital de risco em tecnologia, disse que “a transparência da sociedade de hoje está nos fazendo voltar a ter hábitos similares ao de um pequeno vilarejo de 50 anos atrás.”

A aproximação virtual e a disponibilidade de ferramentas transformam o público numa “platéia ativa”. Nas palavras de Croteau e Haynes, “há três maneiras fundamentais em que as platéias dos meios de comunicação de massa são consideradas ativas: por meio da interpretação individual dos produtos da mídia, por meio da interpretação coletiva da mídia e por meio da ação política” (CASTELLS, 2007, p. 419 – 420). Esta platéia ativa aproveita das possibilidades oferecidas pelas

---

<sup>25</sup> 27/05/2010

comunidades virtuais – “um campo de prática mais aberta, mais participativo, mais distribuído que aquele das mídias clássicas” (LEVY, 1999 p. 128-129) para construir fluxos informacionais disseminados.

### 3.3.1 Proximidade com a lógica dos games

O trânsito do cyborg dentro da rede apresentará muitas semelhanças com a lógica de funcionamento dos games. E, muito provavelmente, a convergência de suportes e conteúdos na televisão digital tem muito a aprender com os jogos, com a diferença de que na programação televisiva a realidade é abordada como ponto central. Na televisão, mesmo os mundos virtuais povoados por avatares têm uma ligação íntima com o mundo real.

As regras para as formas de vida artificiais podem ser descritas como um tipo de jogo, mas o conhecimento do mundo que o modelo nos oferece não se parece com o dos jogos. Trata-se de um artefato comportamental que se dirige a um dos aspectos mais profundamente importantes de nossas vidas. Quanto mais enxergamos a vida em termos de sistemas, mais precisamos de um meio que modele esses sistemas para representá-la - e menos podemos descartar tais conjuntos de regras organizadas como meros jogos.

Os atuais usos da narrativa exploram ao extremo as possibilidades digressivas do hipertexto e os recursos da simulação similares aos dos jogos, mas isso não é de surpreender num meio incunabular. Conforme a narrativa digital amadurecer, a vastidão de associações ganhará maior coerência e os jogos de combate darão espaço à representação de processos mais complexos. Espectadores participantes assumirão papéis mais claros; eles aprenderão a se orientar nos complexos labirintos e a enxergar modelos interpretativos em universos simulados. Paralelamente a essa melhoria das qualidades formais, os escritores desenvolverão uma percepção mais acurada sobre quais padrões da experiência humana podem ser melhor apreendidos pelo meio digital. Desse modo, uma nova arte narrativa alcançará sua própria forma de expressão (MURRAI, 2003, p.96).

Atualmente, observamos uma “gameficação” da vida cotidiana, ou seja, transformação de tarefas ordinárias e complexas em jogos. Os jogos não são mais “coisas de criança” e passaram a atingir todo tipo de público, prova disso é o crescimento global do mercado de softwares para games. Segundo relatório da

empresa de pesquisa *Strategy Analytics*,<sup>26</sup> em 2009 o setor movimentou R\$ 77,1 bilhões e deverá pular para R\$ 107,6 bilhões em 2013. Jane McGonigal, em seu livro *“Reality is Broken”* (2011) afirmou que “a humanidade está saindo da vida para entrar no jogo”. Os jogos oferecem-nos todo tipo de recompensas que não recebemos no mundo real, por isso a preferência por estes ambientes. Ainda segundo a autora, a única forma de impedir um esvaziamento do mundo real em favor de universos virtuais é desenharmos a realidade pelas mesmas regras que articulam os games.

Algumas características dos games poderão ser incorporadas à TVD adaptando-as à realidade como estratégias de estímulo à participação. O formato competitivo e o sistema de recompensas incitam a expansão expressiva; o drama simbólico cria suspense e tensão dramática; a difusão de computadores possibilita a construção coletiva de mundos alternativos. Dessa forma, os seres humanos poderão interagir de maneira divertida e criar sua própria realidade virtual. Mesmo que seja um retrato do real, esta realidade será virtual à medida que foi construída sob um ponto de vista e usando instrumentos para reproduzi-la. De certo modo, toda realidade é virtual porque é percebida por intermédio de símbolos. Nunca existiu uma experiência real “não-codificada”.

Se... o objetivo é criar um ambiente tecnologicamente mediado no qual as pessoas possam brincar – em oposição a serem entretidas –, então a VR<sup>27</sup> é o melhor jogo do mundo. Quando as crianças brincam, elas costumam usar sua imaginação de forma bastante ativa e construtiva a fim de inventar a ação e de conferir significado às (ou criar ou descobrir novas) coisas segundo suas necessidades. Na VR, assim como nas brincadeiras de criança, não há distinção rígida entre “autoria” e “vivência” (MURRAY, 2003, p.146).

A liberdade do ambiente virtual possibilita a criação construtiva de maneira que o sujeito que interage incorpore os conteúdos dos quais participa. O componente essencial do digital que possibilita a ação é a navegação. No entanto, até o momento nenhuma experiência de interatividade foi significativa o suficiente

---

<sup>26</sup> Folha de S. Paulo. 27 março 2011

<sup>27</sup> Virtual Reality

para explorar as potencialidades do meio. O ideal seria um formato que englobe o conteúdo, a relação com a platéia e a perícia computacional.

Os jogos mais modernos oferecem ao usuário a imersão e uma mobilidade maior, não apenas nas quatro direções (esquerda, direita para cima e para baixo). Esta mobilidade coloca-o para dentro e para fora de um espaço tridimensional que lhe garante maior capacidade de observação, como se estivesse integrado à ação. Quando o usuário de televisão digital puder experimentar algo do tipo, o entretenimento será transformado em vivência. Esta imersão provavelmente será possibilitada pela ligação com redes digitais.

### 3.3.2 Avatares

Cada ser tem o seu perfil na rede, para que possa existir e ter uma forma de vida on-line. É com o avatar, ou corpo virtual que o indivíduo vai circular e criar ações que lhe garantirão significação, assim como o personagem de um vídeo-jogo.

Em ambientes digitais podemos vestir uma máscara quando atuamos por meio de um avatar. Um avatar é uma imagem gráfica como um personagem num videogame. Em muitos jogos e salas de bate-papo da internet, os participantes escolhem um avatar para poderem entrar num ambiente comum. Mesmo quando os avatares são desenhados grosseiramente ou oferecem possibilidades muito limitadas de personificação, eles ainda são capazes de proporcionar identidades alternativas que podem ser utilizadas com vigor (MURRAY, 2003, p.114).

As identidades assumidas podem ser fictícias e/ou múltiplas, mas mesmo com a liberdade da conectividade, muitas pessoas acabam apenas transferindo seus relacionamentos presenciais para o ambiente virtual, ou transformando os interesses on-line em reuniões físicas. O virtual reproduz o real e vice-versa. Mesmo através de perfis fakes, as pessoas na internet se sentem mais à vontade para manifestar-se, e a sensação de pertencimento a uma comunidade gera certo alívio. Com o passar dos anos, as comunidades informáticas ganharam mais credibilidade, e o fato de estarem organizadas em torno de interesses comuns contribuiu bastante para isso.

A cultura digital criou uma nova forma de identidade, em que as pessoas são reconhecidas por um corpo virtual. Esse corpo é desenhado por estratégias

comunicativas conforme a pessoa deseja se descrever nos relacionamentos online – fotos, interesses pessoais, dados de contato, perfis de afinidade e participação em comunidades, por exemplo constituem o avatar de cada indivíduo que são “corpos-meios, lugares, relações” (ABRUZZESE *apud* DI FELICE, 2008, p.77).

### 3.4 O formato Wiki

A tecnologia Wiki é mais uma das vertentes da cultura digital em sua forma de organizar conhecimento de maneira relacional e colaborativa. O método foi sistematizado na rede em março de 1995 pelo programador Ward Cunningham. Cunningham fez uma adaptação da ferramenta *Hypercards*, disponível em computadores *Apple*, para a rede.

O *Hypercards* permitia a criação de fichas de categorias que poderiam relacionar-se através de links. Cunningham criou uma página na web que usasse a mesma lógica dos *Hypercards* e deixou-a livre para que qualquer pessoa pudesse editá-la. Primeiro ele criou uma “pilha de cartas”, depois criou as ligações – ou links – e transferiu o material para a web. Finalmente, ele permitiu que as pessoas acrescentassem mais informações.

Assim, Cunningham criou o primeiro Wiki, nomeado “WikiWiki” (rápido na língua havaiana). O site continua disponível para consulta e edição. É um espaço fechado, qualquer pessoa pode colaborar, mas o conteúdo passa pelo crivo dos criadores da página, inclusive o próprio Cunningham.

A partir de então, surgiram várias iniciativas que seguiram o mesmo formato. Um dos mais conhecidos sites com o perfil é a Wikipedia<sup>28</sup>. A Wikipedia foi criada em 2001, e hoje está entre os dez sites mais populares do mundo ao lado de redes sociais como o Facebook e o YouTube<sup>29</sup>. A Wikipedia é uma iniciativa wiki mais liberal e os próprios usuários “vigiam” uns aos outros através dos “operadores de normatização” que incluem princípio da imparcialidade, normas de conduta e livro de estilo. O histórico das alterações é mais uma ferramenta usada para garantir veracidade ao que está publicado.

---

<sup>28</sup> [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

<sup>29</sup> Site Alexa. Disponível em: <http://www.alexa.com/topsites>

O funcionamento do site parece comprovar a tese da auto-regulação: a manutenção da ordem e o desenvolvimento da estrutura. “Um modelo sem líderes em que o comportamento observável em plano macro emerge a partir de interações.” (RÉGIS: 2007, p.6). A comunicação nas redes, como a Wikipedia, por exemplo, segue a lógica dos sistemas complexos.

uma tal ampliação do sentido da comunicação não é mera sofisticação inconseqüente. Ela se tornou hoje imperativa, pois já nos fenômenos de massa e, muito mais hoje, no fenômeno explosivo das redes planetárias, a dinâmica da comunicação se faz muito mais entender à luz dos modelos de funcionamento dos sistemas vivos em nível microscópico, (...), do que dos processos conscientes de comunicação humana em nível social (SANTAELLA, *apud* RÉGIS, 2007, p. 9).

A veracidade dos artigos da Wikipedia é bem próxima dos conteúdos da Enciclopédia Britânica. Se as enciclopédias tradicionais serviram para a catalogação do conhecimento empírico e científico da humanidade, a Wikipedia prestou-se à ligação deste conhecimento através de hipertextos construídos colaborativamente. A extrema liberalização da Wikipedia permite usá-la para o bem ou para o mal, numa perspectiva do micro-universo de atuação que irá refletir no resultado final dos conteúdos.

A idéia de organizar informações em “quadros interconectados” não é nova. Marvin Minsky, um dos pioneiros da inteligência artificial desenhou a memória humana como um conjunto de quadros equipados com “encaixes”. A fórmula do Wiki apenas reproduz a forma de funcionamento do cérebro humano.

### 3.5 Como colocar documentários dentro das redes sociais e transferir redes sociais para a TVD

O uso de documentários em redes sociais é corriqueiro na internet, conforme foi demonstrado nos exemplos do capítulo anterior. À medida que a conectividade transferir-se para a TV será possível transferir as redes sociais para a plataforma.

As mudanças como a interatividade e multiprogramação que foram prometidas a partir da digitalização da TV em 2007 ainda não foram efetivamente

cumpridas. A novidade mais recente que começa a se disseminar e promete ser a grande revolução da TVD é a venda de TVs com conexão banda larga. A diferença em relação às tentativas anteriores de trazer a internet para a TV é que desta vez as empresas estão focadas na criação de um ecossistema apropriado ao formato da tela de TV com caracteres maiores, imediatismo na informação e operacionalização via controle remoto.

Os mais importantes fabricantes do ramo, como Sony, LG, Samsung e Toshiba já lançaram os modelos de TV conectada que possibilitam navegar em redes sociais e gravar programas. As TVs da Samsung, por exemplo, vêm com o aplicativo *SmartHub* – um menu de apresentação que integra o televisor com as redes sociais escolhendo-se a função Social TV.

As empresas fornecedoras de conteúdo também se adaptam com serviços de locadora virtual e conteúdo online. As TVs da Sony vêm com o *Bravia Internet Video*. Sites como UOL, iG, YouTube, Facebook, Twitter e Yahoo já fecharam parceria com a Sony para oferecimento de conteúdos pelo televisor. A primeira emissora aberta do Brasil a oferecer conteúdo para o *Bravia Internet Video* foi o SBT, com a disponibilização de cerca de 500 vídeos de programação do canal.

A busca por filmes On Demand e a conexão com a internet permite a realocação de documentários e redes sociais dentro da própria televisão, num serviço de buscas e trocas. O serviço do portal Terra para TVs conectadas, por exemplo, permite comprar filmes, alugar ou participar de um videoclube onde os usuários pagam uma mensalidade para ter acesso livre a uma biblioteca de vídeos.

Até o início de 2011, a base de televisões conectadas no Brasil somava 100 mil unidades. A tecnologia que permite a conectividade já vem embarcada nos aparelhos e num futuro próximo a venda de todos os aparelhos novos já virá com a tecnologia.

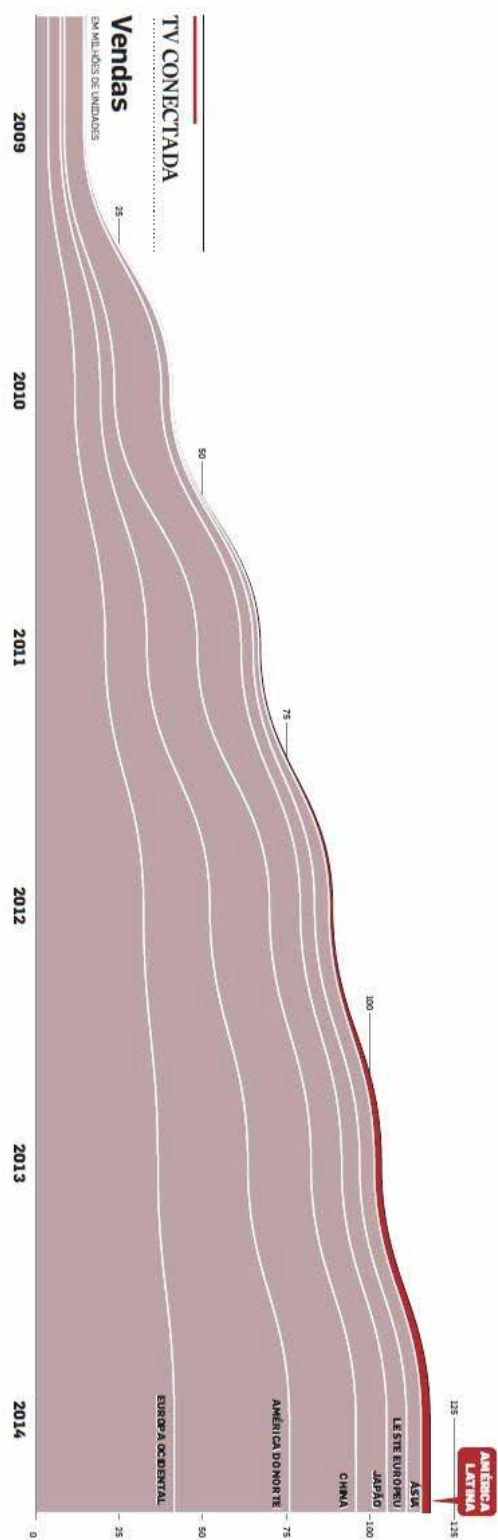


Gráfico 5: Evolução no mundo da venda de TVs conectadas.  
Fonte: O Estado de S. Paulo (2011)

### 3.6 Pressupostos para o modelo de repositório de documentários para a TVD – o Wikimundo

Com base na análise da TVD, de documentários e de redes sociais fica a proposta do projeto Wikimundo - um modelo de rede social dentro da televisão digital baseado na lógica wiki de conteúdos. O Wikimundo visa o compartilhamento de documentários em um banco de dados do gênero para a televisão digital e a criação de documentários colaborativos.

Podem participar do Wikimundo todas as pessoas que tiverem conhecimento para produzir e editar vídeos, mesmo que amadores e que não possuam equipamentos profissionais. O requisito é que os vídeos devem ser documentários (curtas ou longas-metragens) no sentido de registro etnográfico. Qualquer pessoa que tenha um documentário pronto poderá colocá-lo no banco de dados ou abri-lo para a colaboração e criação de novos produtos.

A avaliação dos conteúdos relevantes que estarão publicados é gerida pelo próprio público, que através da edição mútua pelo formato wiki determina o que ficará online e como as informações estarão disponíveis. Para organizar a gerência destes conteúdos, o Wikimundo manterá disponível o histórico de intervenções. A moderação por parte dos profissionais do site será feita apenas para monitorar conteúdos impróprios, preconceituosos ou pornográficos.

Os vídeos poderão ser inter-editáveis conforme permissão do autor. Os conteúdos poderão ser classificados como abertos (passíveis de edição por outras pessoas) ou fechados (projeto finalizado). Como as variações no enredo serão construídas, fica a critério da criatividade dos roteiristas. Os direitos autorais poderão ser Copyright em vídeos fechados de um único autor. Os vídeos coletivos serão propriedade do autor do enredo principal.

Reconhecendo que a alteração de conteúdos audiovisuais é mais complicada que textos, por exemplo, o Wikimundo oferecerá uma plataforma para facilitar as interações de inter-edição dentro da comunidade. A ferramenta baseia-se na criação de enredos principais e enredos secundários. A edição coletiva estará nos conteúdos que poderão ser agregados ou apagados do vídeo principal numa possibilidade de crescimento infinito e a interatividade das pessoas que optarem

apenas por assistir os vídeos estará em escolher qual caminho percorrer para montar sua própria história. Considerando que se trata de documentários, e não de histórias fictícias, o Wikimundo permite a junção de documentos que revelem diversos pontos de vista sobre determinado assunto. A plataforma poderá ser da seguinte maneira esquematizada:

**NÍVEL**  
**INFINITO**

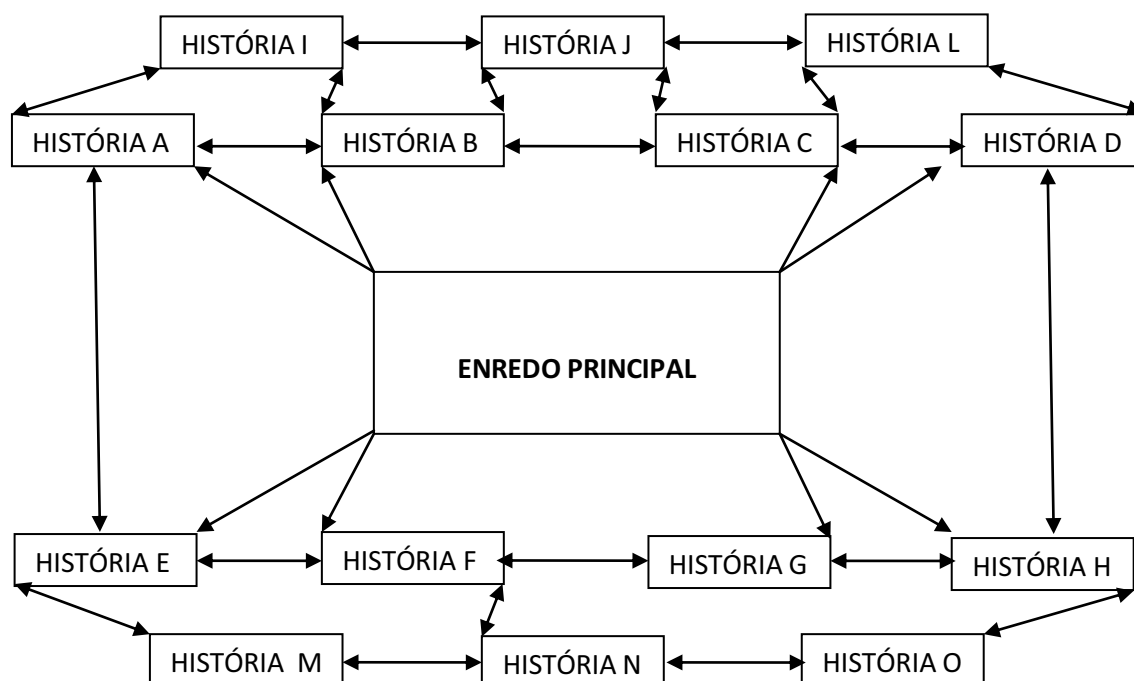
**NÍVEL 2**

**NÍVEL 1**

**NÍVEL 1**

**NÍVEL 2**

**NÍVEL**  
**INFINITO**



Fluxograma 3: Lógica de funcionamento do Wikimundo  
Fonte: Crédito do autor

O projeto do Wikimundo pensa na paralelização – diversas partes podem ser trabalhadas ao mesmo tempo e na modularização – todas as partes do projeto podem ser criadas e modificadas independentes uma das outras. O enredo principal poderá transformar-se em enredo secundário e vice-versa. O moderador do conteúdo dos documentários abertos será o autor do enredo principal. Pensando na questão de autoria e agência, o autor é o que abre as possibilidades para a participação, os demais participantes que modificam o produto inicial são agentes. O

enredo principal deve contemplar um roteiro interativo que ofereça possibilidades de participação.

A negociação das intervenções no Wikimundo poderá ser feita como na lógica dos jogos. Cada interator terá seu avatar, e este avatar irá evoluindo e ganhando novas ferramentas conforme tiver uma participação mais dedicada.

O Wikimundo é principalmente voltado para a TVD e deverá ter uma linguagem e organização espacial próprias da televisão que permitam, por exemplo, a manipulação através do controle remoto. No entanto, este controle remoto poderá ser um tablet ou um celular, com as potencialidades de evolução da tecnologia, conforme já foi dito anteriormente. O site também terá uma versão para celular mais compacta e de fácil acesso.

O Wikimundo deverá ter também a integração com outras redes sociais que permitirá o aproveitamento de documentários que estejam disponíveis no YouTube ou a publicação de conteúdos do Wikimundo no Facebook. Ainda, cada usuário poderá criar seu próprio canal para armazenar seus vídeos favoritos e compartilhá-los com outras pessoas. Conforme a rede social Wikimundo for evoluindo em termos de público, inovação e qualidade dos vídeos poderá surgir acordos com emissoras de televisão para disponibilizarem parte de seu acervo, conforme o YouTube já faz.

Visando estimular o nível dos vídeos, o Wikimundo promoverá festivais com premiações das melhores obras, baseando-se na votação do público. Haverá premiações na categoria fechada e na categoria colaborativa. Em caso de vários autores que colaboraram para o produto final, o prêmio será dividido proporcionalmente.

Pensando na educação e na cultura, o Wikimundo terá um espaço educacional reservado para participação de instituições de ensino – qualquer pessoa poderá assistir, mas somente as escolas e universidades poderão postar material nesta seção.

Outras ferramentas básicas também deverão compor o Wikimundo. Os vídeos poderão ser encontrados através de categorização por temas e por buscador. Haverá um espaço de publicação de tutoriais e de dicas de outras pessoas para lidar com as técnicas de produção audiovisual. Também vinculado a cada vídeo estará

disponível um espaço para tópicos de discussão onde as pessoas poderão interagir e trocar opiniões. O Wikimundo é um site que foi pensado para hospedar-se na televisão digital e evoluir para canais personalizáveis.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Olhando a televisão digital, os documentários e as redes sociais sob uma perspectiva relacional pode-se enxergar uma enorme potencialidade na difusão de conteúdos documentais em rede dentro da televisão conectada.

A implantação da televisão digital no Brasil ainda esbarra em algumas questões de abrangência devido a fatores técnicos, econômicos e culturais. No entanto, a cada ano diminui-se o tempo gasto para uma nova tecnologia atingir o milhão de pessoas – o rádio, a televisão, o computador e finalmente, a televisão digital.

Com a disseminação dos aparelhos, da vontade de interagir e da qualificação e habituação para lidar com as ferramentas, a televisão digital poderá ser uma nova forma de criar relacionamentos através da principal tela que está presente nas salas de quase todas as residências brasileiras.

Pensando nestes relacionamentos, o projeto Wikimundo visa explorar o uso dos documentários como meio de registro histórico, análise etnográfica, produto cultural, educacional ou de entretenimento e a evolução das redes sociais na sociedade em rede.

O estudo dos documentários revelou que o gênero em variadas épocas serviu como base de exaltação nacional, contestação social ou retrato de pessoas e sociedades. Dentro da televisão digital isto não será diferente, com o acréscimo do fato de que diversos documentos poderão estar organizados, catalogados e relacionados entre si.

Já a observação das redes sociais, mostrou que o interesse por temas comuns promove o sentimento de criação de comunidades entre as pessoas. Há uma diversificação de usos de redes sociais para atualização de status, busca de informação ou criação de perfis profissionais, por exemplo. A produção de documentários colaborativos será mais uma destas vertentes. Por isso, as redes sociais serão ponto de partida para ligação daqueles que se interessam por produzir vídeos ou de pessoas que procuram determinados temas dentro do acervo audiovisual disponibilizado pelo Wikimundo.

O Wikimundo é uma forma de pensar a integração da tecnologia da televisão digital, do conteúdo dos documentários e do formato das redes sociais. O

levantamento teórico a respeito dos temas conduziu à proposição de um modelo de programação colaborativa. Para o projeto ser bem sucedido é necessário que haja uma cobertura do sinal digital em todo país, o interesse pela produção e consumo de documentários e a criação de relacionamentos online entre as pessoas, que são demanda e reposta da cibercultura.

## REFERÊNCIAS:

ALENCAR, Marcelo Sampaio de. **Televisão Digital**. São Paulo: Érica, 2007.

BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette. **Comunicação Digital: Educação, tecnologia e novos comportamentos**. São Paulo: Paulinas, 2008.

BRANT, L. **Diversidade Cultural – globalização e culturas locais: efeitos e perspectivas**. São Paulo: Instituto Pensarte/ Escrituras, 2005, p.57-71, p.83-90.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital**. São Paulo: Paulus, 2007.

CASTELLS, Manuel: **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro – do leitor ao navegador**. Tradução: Reginaldo de Moraes. São Paulo: Editora Unesp/ Imprensa Oficial do Estado, 1999.

CUCHE, D. **A Noção de Cultura em Ciências Sociais**. Bauru: EDUSC, 1999, p. 175-202.

CULTURA livre, movimentos e humanização do capital. **Le Monde Diplomatique Brasil**. São Paulo, 12 dez 2008.

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Tradução: Octavio Alves Velho. 5 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

DELEUZE, Gilles; PARTNET Claire. **Dialogues**. Paris: Flammarion, 1977.

DI FELICE, Massimo (Organizador). **Do público para as redes – a comunicação digital e as novas formas de participação social**. 1 ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

\_\_\_\_\_. **Comunicação Digital: Educação, tecnologia e novos comportamentos**. 1 ed. São Paulo: Paulinas, 2008.

GARCIA, Wilton (organizador). **Corpo e interatividade – estudos contemporâneos**. São Paulo: Factash Editora, 2008.

GIBSON, William. **Neuromancer**. São Paulo: Aleph, 1991.

GODOY, Hélio. **Documentário, Realidade e Semiose: os sistemas audiovisuais como fontes de conhecimento**. São Pauo: Annablume, 2001

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008

JONHSON, Jorge Zahar. **Cultura da Interface**. São Paulo: Jorge Zahar Editor, 2001.

KERCKCHOVE, Derick de. **A pele da cultura**. São Paulo: Annablume, 2009.

LABAKI, Amir (Organizador). **Catálogo “É tudo verdade – 13º Festival Internacional de Documentários”**. 2008

LÉVY, Pierre: **As tecnologias da inteligência**. São Paulo: Editora 34, 1993.

\_\_\_\_\_. **A máquina universo**. Porto Alegre: Art Med, 1998.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999

MARQUES DE MELO, José. **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2008.

MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **O Meio são as Massa-gens**. Rio de Janeiro: Record, 1969.

MOORE, Geoffrey A. **Crossing the chasm**. USA: Harper, 1991.

MURDOCH exala otimismo sobre jornal no século 21. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 10 dez 2008.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck - o futuro da narrative no ciberespaço**. Tradução: Elissa Khoury Daher e Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. Tadução: Sérgio Tellaroli. 2 ed. São Paulo: Cia. Das Letras, 1995.

NICHOLS, Bill. **La representación de la realidad – cuestiones y conceptos sobre el documental**. Tradução: Josetxo Cerdán e Eduardo Iriarte. 1 ed. Barcelona: Ed. Paidós, 1997.

NICOLA, Ricardo. **Cibersociedade – quem é você no mundo on-line?** São Paulo: Senac, Coleção Ponto Futuro, 2004.

RINCÓN, Omar. Et. Al. **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão**. Tradução: Dolores Montero e Maria Carbajar. São Paulo:SSRG, 2002.

RÜDIGER, Francisco. **Introdução às teorias da cibercultura – perspectivas do pensamento tecnológico contemporâneo**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2003.

SOUZA, Hélio Augusto Godoy. **Documentário, Realidade e Semiose – os sistemas audiovisuais como fonte de conhecimento**. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2001.

SANTOS, Adriana Cristina Omena; **A TV Digital e o apagão tecnológico no Brasil e na França**. Curitiba: Intercom, 2009.

TEIXEIRA, Francisco Elinaldo (Organizador). **Documentário no Brasil – tradição e transformação**. São Paulo: Summus, 2004.

TELLES, Vera **Sociedade Civil e a construção de espaços públicos**. In: Os anos

90: política e sociedade no Brasil. In: DAGNINO, Evelina (org). São Paulo: Brasiliense, 1994.

WEINBERGER, David. **A nova desordem digital**. Tradução: Alessandra Mussi Araújo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**. Uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Editora Ática, 1996.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? – Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

#### Artigos:

ANTOUN, Henrique; MALINI, Fábio. **Ontologia da liberdade na rede – as mídias e os dilemas das narrativas coletivas dos acontecimentos**. PUC – RJ, 2010.

BENTES, Ivana. **Documentário digital, publicidade, videoclipe e cinema**. UFRJ.

CARVALHO, Ângela Maria Grossi; SANTOS, Plácida Leopoldina Ventura Amorim Costa. **Sociedade da Informação e a aplicação da informação na sociedade contemporânea**. Unesp, 2009.

CASTRO, Cosette; FEITOSA, Deisy Fernanda; VALENTE, Vânia Cristina Pires Nogueira. **Interoperabilidade e Interatividade na TV digital na Construção da Sociedade da Colaboração**. Unesp, 2009.

CIRINO, Nathan Nascimento. **Narrativas interativas no Cinema: repensando as estratégias de roteirização**. UFPE, 2010.

FELINTO, Erick. **Videotrash – o Youtube e a cultura do spoof na Internet**. UERG, 2007.

GONÇALVES, Gustavo Soranz. **Panorama do documentário no Brasil**. Uninorte, 2006.

LOPES, Marcelo Benevides. **Wikipedia: auto-regulação e controle**. UFPE, 2008.

LUCAS, Meize Regina de Lucena. **O cinema documentário no Brasil dos anos 60: propostas para uma ética e uma estética da imagem**. UFRJ, 2008.

MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi; REDONDO, Léo Vítor Alves. **Interatividade e pervasividade na produção da ficção televisiva brasileira no mercado digital**. Unesp, 2009.

MUZI, Daniela. **O primeiro documentário a gente nunca esquece: o uso do vídeo digital na produção de documentaristas iniciantes**. UERJ, 2009.

OLIVATTI, Tânia Ferrarin. **Youtube: novas práticas dos usuários em uma nova cultura digital**. UNESP, 2008.

PENAFRIA, Manuela; MADÁIL, Gonçalo. **O filme documentário em suporte digital**. Universidade da Beira Interior, 1999.]

REGIS, Fátima. **A ciência do Ciborgue**. UERJ, 2007.

RODROGIES, Cristiano José. **Documentário: tecnologia e sentido**. Universidade Estadual de Campinas, 2005.

SÁ, Simone Pereira; HOLZBACH, Arianne. **Youtube e a performance mediada por computador**. UFF, 2010.

SANTOS, Adriana Cristina Omena; BORGES, Diélen dos Reis; OLIVEIRA, Laís C. P. Ortiz; SACCO, Clara Ribeiro; CAIXETA, Raíssa Fernanda. **A TV digital e o apagão tecnológico no Brasil e na França**. UFU, 2009.

SILVA, Juremir Machado da. **Na terra do sempre: da “sociedade do espetáculo” ao ciberespaço hiper ou sub?** Unesp, 2006.

SILVA, Sivaldo Pereira. **Configurações empíricas da pesquisa em comunicação e cibercultura**. UFBA, 2007.

VAZ, Paulo. **Histórias das tecnologias cognitivas**. UFRJ.

ZUFFO, Marcelo Knorich. **TV Digital aberta no Brasil – Políticas estruturais para um modelo nacional**. USP

#### Reportagens e sites:

**27 pessoas que você precisa conhecer**. Disponível em:  
<<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI143734-15224-5,00-PESSOAS+QUE+VOCE+PRECISA+CONHECER.html>>. Acesso em: 27/05/2010.

**A overdose dos games**. Disponível em:  
<<http://edicaodigital.folha.com.br/home.aspx?cod=JOKRMONOENQ>>. Acesso em 27/03/2011.

**Aprendendo com os piratas**. Disponível em:  
<<http://www.estadao.com.br/noticias/tecnologia+link,aprendendo-com-os-piratas,3511,0.shtm>>. Acesso em: 07/04/2010.

**Após falhas de outros, Google quer sucesso em mudar a televisão**. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/tec/739823-apos-falhas-de-outros-google-quer-sucesso-em-mudar-a-televisao.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/tec/739823-apos-falhas-de-outros-google-quer-sucesso-em-mudar-a-televisao.shtml)>. Acesso em 24/05/2010.

**Baú: Ideia do Twitter nasceu em 1992, inspirada em taxistas**. Disponível em:  
<<http://blogs.estadao.com.br/rodrigo-martins/2011/03/21/bau-ideia-do-twitter-nasceu-em-1992-inspirado-em-taxistas/>>. Acesso em: 21/03/2011.

**Classic Consumer Adoption Process.** Disponível em: <[www.s-m-a-r-t.com/SMARTForecasting.htm](http://www.s-m-a-r-t.com/SMARTForecasting.htm)>. Acesso em 20/10/2010.

**Confira cinco apostas e cinco curiosidades do É Tudo Verdade.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u717995.shtml>>. Acesso em: 09/04/2010.

**Decreto 4.901.** Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/98137/decreto-4901-03>>. Acesso em: 03/08/2010.

**Decreto 5.820.** Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/anotada/2446842/decreto-5820-06>>. Acesso em: 03/08/2010.

**É Tudo Verdade.** Disponível em: <[www.etudoverdade.com.br](http://www.etudoverdade.com.br)>. Acesso em: 10/03/2010.

**“É Tudo Verdade” estréia sexta e atesta explosão do documentário nacional.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u717301.shtml>>. Acesso em: 07/04/2010.

**“É Tudo Verdade” exibirá 71 documentários de 27 países.** Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/artelazer,e-tudo-verdade-exibira-71-documentarios-de-27-paises,534959,0.htm>> Acesso em 07/04/2010.

**“É Tudo Verdade” traz nova geração de documentaristas.** Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/artelazer,e-tudo-verdade-traz-nova-geracao-de-documentaristas,534529,0.htm>>. Acesso em: 07/04/2010.

**É Tudo Verdade tem documentários baseados em blogs e YouTube.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/895929-e-tudo-verdade-tem-documentarios-baseados-em-blogs-e-youtube.shtml>>. Acesso em 31/03/2011.

**Eis que surge o Homo Facebookis Mutantis. Será que você é um deles?** Disponível em: <[HTTP://idgnow.uol.com.br/internet/2010/06/07/eis-quesurge-o-homo-facebookis-mutantis-sera-que-voce-e-um-deles/paginadorpagina\\_1](http://idgnow.uol.com.br/internet/2010/06/07/eis-quesurge-o-homo-facebookis-mutantis-sera-que-voce-e-um-deles/paginadorpagina_1)>. Acesso em: 09/06/2010.

**Eletrônicos duram 10 anos, livros, 5 séculos.** Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/artelazer,eletronicos-duram-10-anos-livros-5-seculos-diz-umberto-eco,523700,0.htm>>. Acesso em: 07/04/2010.

**Festival do Minuto.** Disponível em: <<http://www.festivaldominuto.com.br>>. Acesso em 11/03/2011.

**Festivais – vítimas de gigantismo.** Disponível em: <[http://revistapiaui.estadao.com.br/blog/questoes\\_cinematograficas/post\\_264/Festivais\\_%E2%80%93\\_vitimas\\_de\\_gigantismo.aspx](http://revistapiaui.estadao.com.br/blog/questoes_cinematograficas/post_264/Festivais_%E2%80%93_vitimas_de_gigantismo.aspx)>. Acesso em: 23/09/2010.

**Fórum dos festivais.** Disponível em: <[www.forumdosfestivais.com.br](http://www.forumdosfestivais.com.br)>. Acesso em: 12/03/2011.

**Google anuncia sistema que vai levar internet à TV.** Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/folha/informática/ult124u738097.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/informática/ult124u738097.shtml)>. Acesso em: 24/05/2010.

**How Internet Junkies will save television.** Disponível em: <<http://hbr.org/web/extras/how-internet-junkies-will-save-television/1-slide>>. Acesso em: 13/01/2011.

**Internet Usage and Population in South America.** Disponível em: <[internetworldstats.com/stats15.htm](http://internetworldstats.com/stats15.htm)>. Acesso em: 07/05/2010.

**Kinoforum.** Disponível em: <[www.kinoforum.org.br](http://www.kinoforum.org.br)>. Acesso em: 10/03/2011.

**LinkedIn alcança 100 milhões de usuários.** Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/linkedin-alcanca-100-milhoes-de-usuarios/>>. Acesso em: 22/03/2011.

**Mulheres ultrapassam homens em comunidades virtuais.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u717172.shtml>>. Acesso em: 07/04/2010.

**Nos laços (fracos) da internet.** Revista Veja. Edição 2120. 08/06/2009.

**O crescimento vertiginoso das redes sociais na América Latina.** Disponível em: <<http://www.universodoconhecimento.com.br/content/view/310/57/>>. Acesso em: 06/04/2010.

**Prazo máximo para início de transmissão nas geradoras das cidades.** Disponível em: <[HTTP:// www.teleco.com.br/tvdigital\\_cronog.asp](http://www.teleco.com.br/tvdigital_cronog.asp)>. Acesso em: 14/08/2010.

**Quase 70% dos usuários de Internet do Brasil usam redes sociais.** Disponível em: <[HTTP://relevância.com.br/quasr-70-dos-usuarios-de-internet-do-brasil-usam-redes-sociais/](http://relevância.com.br/quasr-70-dos-usuarios-de-internet-do-brasil-usam-redes-sociais/)>. Acesso em: 06/04/2010.

**Redes sociais ampliarão a oferta de novos serviços móveis na América Latina.** Disponível em: <[HTTP://www.administradores.com.br/informe-se/redes-sociais-ampliarao-a-ofera-de-novos-servicos-meis-na-america-latina/31729](http://www.administradores.com.br/informe-se/redes-sociais-ampliarao-a-ofera-de-novos-servicos-meis-na-america-latina/31729)>. Acesso em: 06/04/2010.

**Sob o olhar turbulento da história.** Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/arteeelazer,sob-o-olhar-turbulento-da-historia,699586,0.htm>>. Acesso em: 31/03/2011.

**The history and evolution of Social Media.** Disponível em: <<http://www.webdesignerdepot.com/2009/10/the-history-and-evolution-of-social-media/>>. Acesso em: 15/01/2011.

**The New Socialism: Global Collectivist Society Is Coming Online.** Revista Wired. 22/05/2009.

**Top sites.** Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites>>. Acesso em 11/04/2011.

**TV digital no Brasil só atinge 38 cidades; 7 capitais não têm o sinal.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/777899-tv-digital-no-brasil-so-atinge-38-cidades-7-capitais-nao-tem-o-sinal.shtml>>. Acesso em: 05/08/2010.

**Twitter faz 5 anos.** Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/twitter-faz-5-anos/>>. Acesso em 21/03/2011.

**Usuários latinos são 17% do público do Facebook.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/769172-usuarios-latinos-sao-17-do-publico-do-facebook-diz-pesquisa.shtml>>. Acesso em: 19/07/2010.

**WorldWideWebSummary.** Disponível em: <<http://groups.google.com/group/alt.hypertext/msg/395f282a67a1916c>>. Acesso em 11/04/2011.

## ANEXOS

### ATIVIDADES PROGRAMADAS

#### DESCRIÇÃO DE ATIVIDADES PROGRAMADAS PREVISTAS NO REGULAMENTO COM ATRIBUIÇÃO DE CRÉDITOS

| TIPO DE ATIVIDADE                                                      | ATRIBUIÇÃO DE CRÉDITOS |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| - estágio em tempo integral em outra instituição do país;              | --                     |
| - estágio em tempo integral em instituição fora do país;               | --                     |
| - conjunto de trabalhos apresentados em congresso como primeiro autor; | 4 créditos             |
| - conjunto de trabalhos apresentados em congresso como co-autor;       | 3 créditos             |
| - publicação de trabalho em revista Qualis "B1" ou superior.           | --                     |

| OUTRAS ATIVIDADES PROGRAMADAS (02 CRÉDITOS RESTANTES)                                                                                                                                                                                                                                         | ATRIBUIÇÃO DE CRÉDITOS |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| - artigos originais, artigos de revisão da literatura e publicações tecnológicas;                                                                                                                                                                                                             | --                     |
| - patentes e registros de propriedade intelectual e de softwares, inclusive depósito de software livre em repositório reconhecido ou obtenção de licenças alternativas ou flexíveis para produção intelectual, desde que demonstrado o uso pela comunidade acadêmica ou pelo setor produtivo; | --                     |
| - desenvolvimento de aplicativos e materiais didáticos e instrucionais e de produtos, processos e técnicas;                                                                                                                                                                                   | --                     |
| - produção de programas de mídia;                                                                                                                                                                                                                                                             | --                     |
| - editoria;                                                                                                                                                                                                                                                                                   | --                     |
| - outras atividades a critério do Conselho do Programa: Participação e apresentação de Projeto de Pesquisa no Colóquio de Televisão Digital (Unesp Bauru)                                                                                                                                     | 2 créditos             |
| - outras atividades a critério do Conselho do Programa: Participação e apresentação de Projeto de Pesquisa no I Simpósio Internacional de Televisão Digital                                                                                                                                   | 2 créditos             |
| - outras atividades a critério do Conselho do Programa: Participação na disciplina condensada "Da cibercultura à Ciber-Cultur-@: desenvolvimento de capacidades distribuídas e uso de tecnologias"                                                                                            | 2 créditos             |
| - outras atividades a critério do Conselho do Programa                                                                                                                                                                                                                                        | --                     |

