

## **TV digital: estruturas de sentimento na televisão do vir a ser**

---

### **TV digital: estructuras de sentimiento en la televisión del devenir**

---

*Digital TV: structures of feeling  
in the television of becoming*

---

Carlos Eduardo Marquioni<sup>1</sup>

Marialva Carlos Barbosa<sup>2</sup>

**Resumo** O objetivo deste texto é apresentar algumas reflexões sobre a implantação de um novo modelo de televisão no Brasil (a TV digital interativa), adotando o conceito de cultura como central para pensar o sistema televisual. A noção de estrutura de sentimento, de Raymond Williams, abre uma espécie de nova janela que se abre para auxiliar na interpretação desta nova televisão em processo de implantação.

**Palavras-chave:** TV Digital. Interatividade. Teoria cultural.

**Resumen** El objetivo de este texto es presentar algunas reflexiones relativas a la implantación de un nuevo modelo de televisión en Brasil (la TV digital interactiva), adoptando el concepto de cultura como central para pensar el sistema televisivo. La noción de estructura de sentimiento, de Raymond Williams, es presentada como una nueva especie de ventana que se abre para ayudar a entender esa nueva televisión, que está en proceso de implantación.

**Palabras-clave:** Televisión digital. Interactividad. Teoría cultural.

<sup>1</sup> Docente do programa de Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, doutor em Comunicação e Linguagens e membro do grupo de pesquisa *Imagens, sentidos e regimes de interação* da UTP. E-mail: cemarquioni@uol.com.br.

<sup>2</sup> Professora titular na Universidade Federal do Rio de Janeiro, doutora em História (1996) e Pós-doutora em Comunicação pelo LAIOS/Paris, França. Vice-presidente da Intercom, é também professora titular aposentada da Universidade Federal Fluminense.

**Abstract** *The objective of this text is to present some reflections on the insertion of a new model of television in Brazil (interactive digital TV), adopting the concept of culture as the center to think of the television system. The notion for structure of feeling, by Raymond Williams, opens up a type of new window that helps to understand this new television which is being implanted.*

**Keywords:** *Digital TV. Interactivity. Cultural Theory.*

---

Data de submissão: 14/02/2013

Data de aceite: 08/03/2013

A televisão digital interativa terrestre, em processo de implantação no Brasil, permite, diferentemente do caso da convencional, o estabelecimento de comunicação englobando emissão, recepção e resposta diretamente através do dispositivo TV. O formato de interação mais sofisticado, nomeado “interatividade plena” (FERRAZ, 2009, p. 34), possibilita o envio de dados pelo espectador, habilitando-o a se comunicar diretamente com a emissora utilizando o próprio aparelho de televisão, além de viabilizar que o público utilize o televisor como microcomputador conectado à Internet.

Se por um lado esta nova televisão possibilita pensar em inclusão digital utilizando esse dispositivo tão popular no Brasil, há que se refletir sobre a potencial variação nos *modos de ver* televisão a partir da possibilidade tecnológica do novo meio. Assim, se considerarmos que o principal beneficiado pelo formato de inclusão digital televisivo seria a camada da população que possui um televisor, mas não necessariamente tem um computador e um canal de acesso doméstico à Web, podemos afirmar que eventualmente o público da “nova” televisão pode ter dificuldades na adaptação ao novo modo de assistir TV<sup>3</sup>.

Considerando a hipótese que a interatividade na TV digital terrestre provocaria uma nova experiência midiática que afetaria principalmente os modos de assistir TV, paralelamente a algumas definições de ordem tecnológica e de infraestrutura ainda necessárias para disponibilizar o recurso da interatividade plena de responsabilidade das áreas de telecomunicações e software<sup>4</sup>, é fundamental realizar análises acerca dessa variação potencial no ato de assistir TV que tende a ocorrer quando se leva em conta os impactos no público e na gestão das emissoras. A afirmação é justificada não apenas em função de aspectos da práxis que têm preocupado as emissoras em função de esta ser uma mudança substancial do modelo de radiodifusão do

<sup>3</sup> Estamos utilizando aspas para o termo “nova” ao nos referirmos ao novo dispositivo midiático representado pela TV digital por considerarmos que a novidade que introduz, no sentido de novas aplicações tecnológicas, não rompe totalmente com a que poderia ser considerada “velha TV”, isto é, a TV analógica.

<sup>4</sup> A interatividade plena pressupõe a existência de um canal de retorno, que corresponde a um meio de comunicação “integrado ao aparelho de TV do usuário [espectador]” (FERRAZ, 2009, p. 16), que pode ser uma linha telefônica ou uma rede de dados (como a Internet). Assim, para que exista canal de retorno há o pressuposto de uso do televisor em “associação a outra tecnologia [...] [disponibilizada por] uma empresa de telecomunicações” (CANITO, 2010, p. 92).

país (FAGUNDES, 2009, p. 55-56), mas especialmente devido à relação de afeto e de reconhecimento por parte do público brasileiro com a mídia televisiva: estes últimos fatores permitem inferir que é necessária a realização de reflexões que não considerem apenas a tecnologia *per se*, minimizando o risco de “*determinismo tecnológico* [...] [, Segundo o qual] [n]ovas tecnologias [...] estabelecem as condições para a mudança social e o progresso” (WILLIAMS, 2005, p. 5). Por considerar que as análises relativas a esta nova forma de televisão requerem a abordagem de aspectos do contexto social e histórico do ambiente no qual a tecnologia é disponibilizada, consideramos chave a noção de “estruturas de sentimento” (WILLIAMS, 1979, p. 130) para estudos relacionados à televisão digital interativa.

### **Por uma teoria cultural nos estudos da TV digital**

A definição de cultura como “significados comuns, produto de todo um povo, [...] [que] se constituem na vida, são feitos e refeitos, de maneiras que não podemos predizer” (WILLIAMS, 1989, p. 8) possibilita destacar dois fatores determinantes na realização de reflexões relacionadas à TV digital interativa sob uma perspectiva que podemos nomear como culturalista: (i) o conceito de cultura aplicável a atos do cotidiano e (ii) a constituição da noção de cultura na duração, eventualmente estabelecida pelos usos dos artefatos culturais pelos atores sociais.

Em relação aos (i) “significados comuns”, ao considerar cultura como o “produto de todo um povo”, a noção expande o significado usualmente atribuído à cultura que a considera como relacionada apenas a “uma religião, um código moral, o sistema de leis ou conjunto de obras de arte – [, que] deve ser visto como apenas uma parte – a parte consciente – daquela ‘cultura’ que é **todo um modo de vida**” [grifos nossos] (WILLIAMS, 1969, p. 249). Ao se estabelecer que cultura pode ser o comportamento do convívio diário (a parte inconsciente da cultura), é possível afirmar que o hábito brasileiro de assistir TV constitui um fenômeno plenamente cultural.

Abordando (ii) a constituição cultural na duração, é necessário destacar que as variações e adaptações dos atos cotidianos – por exemplo, em função da disponibilização de novos aparatos tecnológicos – influenciam as relações sociais e podem culminar com o desenvolvimento de novos produtos culturais.

Um exemplo relacionado a um aparato tecnológico no caso da televisão convencional que provocou evidentes variações é o controle remoto. A popularização deste dispositivo, associado ao uso praticado pelo público (conhecido como efeito *zapping*, associado à *navegação* entre os canais disponíveis), alterou não apenas a forma de assistir TV, mas motivou mudanças na maneira de produzir e veicular conteúdos por parte das emissoras. O mesmo controle remoto, com algumas adaptações a partir da disponibilização do recurso da interatividade, passa a ser a *prótese* através da qual o espectador realiza a interação, em um evidente movimento de complementação funcional do aparato<sup>5</sup>; é possível ainda considerar a possibilidade de o aparelho telefônico celular atuar como controle remoto para a realização de interação: “[s]eu celular Android ou iPhone pode ser usado para controlar sua Google TV em substituição ao controle remoto. Use sua voz para [executar recursos de] pesquisa, e mesmo múltiplos aparelhos telefônicos para controlar a mesma TV. É o fim da disputa pelo controle remoto!” (GOOGLE-TV, 2011). A adição de novas possibilidades redefine, assim, seu significado, culminando com uma adaptação no meio anterior (ou eventualmente a definição de um novo meio), que será considerado *acabado* até que os usos (ou nova adaptação do aparato) gerem novos significados. Evidentemente, cada uma dessas adaptações motiva redefinições culturais: “o fim da disputa pelo controle remoto!” (GOOGLE-TV, 2011) não apenas ilustra uma redefinição, como eventualmente motiva o surgimento de uma *nova disputa*, pois enquanto não é necessário competir pelo controle remoto, talvez seja necessário competir pelo direito de manter um canal selecionado (uma vez que haverá mais que um controle remoto no ambiente).

<sup>5</sup> Consulte (SONY-TV, 2011).

Ainda em relação a (ii), as adaptações culturais na duração não são associadas exclusivamente a aspectos tecnológicos manipulados diretamente pelo público. É possível pensar que a TV brasileira convencional terrestre de fato adicionou recursos ao longo do tempo que devem culminar com o estabelecimento de interatividade plena utilizando diretamente o dispositivo. Um exemplo evidente envolve as votações diretas em formato de múltipla escolha para definir o término de programas como o pioneiro *Você decide*<sup>6</sup>, ou para determinar o vencedor em *reality shows*. Portanto, culturalmente tem havido alguma preparação do público no sentido da interatividade diretamente via televisor.

Além da relação de afeto do público com o meio, uma segunda justificativa para o uso de uma abordagem culturalista para análises da TV digital interativa envolve a minimização do risco de anacronismos ao considerar concomitantemente aspectos de “*desenvolvimento, [...] processo histórico e progresso*” (WILLIAMS, 1979, p. 19):

A história da ideia de cultura é a história do modo por que reagimos em pensamentos e em sentimento à mudança de condições por que passou a nossa vida. [...] Essas condições foram criadas pelos homens e por eles modificadas. (WILLIAMS, 1969, p. 305)

Considera-se que para ser realizada uma análise crítica em relação à TV digital interativa é pressuposto o uso de uma teoria cultural para viabilizar reflexões contextualizadas, englobando as relações existentes anteriormente e possibilitando projeções futuras que não sejam meramente especulativas: “devemos saber explicar, em termos relacionados, tanto a persistência quanto a historicidade dos conceitos” (WILLIAMS, 1990, p. 388). Assim, a análise sob a perspectiva cultural necessita de um conceito teórico que possibilite relacionar os significados comuns oferecidos e a constituição da cultura na duração, historicamente contextualizada: a noção de estruturas de sentimento parece dar conta desta sistematização.

<sup>6</sup> Primeiro programa de teledramaturgia interativa no Brasil (veiculado pela TV Globo), *Você decide* ficou no ar de 1992 a 2000. (VOCÊ DECIDE, 2010).

Diferentemente do que uma análise superficial do termo pode sugerir, as estruturas de sentimento não estão associadas a uma visão estruturalista. De fato, corresponde a uma definição crítica baseada na adaptação e utilização de noções do materialismo histórico enquanto teoria cultural. A ampliação da abordagem econômica do materialismo histórico aos estudos de cultura caracterizaria, em certa medida, o materialismo cultural e o conceito de estruturas de sentimento é constituinte desse materialismo. Para minimizar o risco de reducionismos em relação à noção, apresentamos uma breve explicação contextualizada dos termos (i) estrutura e (ii) sentimento.

A (i) estrutura constitui uma tensão de ordem dialética entre dois conceitos da teoria econômica materialista. O primeiro destes conceitos é a *superestrutura*, que trata das “a) instituições; b) formas de consciência; c) práticas políticas e culturais” (WILLIAMS, 1979, p. 81): a *superestrutura* se refere a aspectos conceituais amplos. O segundo aborda a ordem prática e operacional da sociedade, ações do cotidiano, a “existência social real do homem” (WILLIAMS, 1979, p. 85), caracterizando a *base* de sustentação da *superestrutura*, no sentido que é nesta que ocorre a materialidade efetiva dos aspectos conceituais definidos na *superestrutura*. Este segundo conceito é referenciado como base, infraestrutura ou mesmo estrutura<sup>7</sup> (WILLIAMS, 1979, p. 81). Neste artigo optou-se pelo uso do termo *infraestrutura* (WILLIAMS, 1979, p. 79-86), procurando apresentar as estruturas de sentimento como elo situado entre a *super* e *infraestrutura*, exatamente para evidenciar a relação dialética entre os conceitos apresentados no materialismo histórico.

A definição materialista estabelece que não é possível abordar de forma independente a *superestrutura* ou a *infraestrutura*, caracterizando o que pode ser considerada a definição *na duração* do caráter cultural. Se há uma tensão constante entre a *superestrutura* e a *infraestrutura* (que justifica analisar ambas concomitantemente), e ocorrem variações na base de sustentação real da sociedade, evidentemente estas variações vão provocar efeitos nas formas de consciência, nas práticas culturais. Por outro lado,

<sup>7</sup> Como exemplo pode ser citado um trecho do prefácio da *Contribuição à crítica da economia política*, no qual Marx afirma que “A totalidade dessas relações de produção constitui a **estrutura** econômica da sociedade, a **base real** sobre a qual se eleva uma **superestrutura** jurídica e política e à qual correspondem formas sociais determinadas de consciência” [grifos nossos] (MARX, 2008, p. 47).

essas alterações motivam mudanças no cotidiano. Se a cultura é definida *na duração*, a aplicação da perspectiva materialista apresenta as redefinições de uso dos aparatos culturais como viabilizados pelo contínuo *não acabamento* proporcionado pela tensão dialética resultante do *movimento* constante entre a *super* e a *infraestrutura*. Ao aplicar a noção de estrutura para reflexões relacionadas à TV digital interativa, fica evidente que seria demasiado simplificadora uma análise que considerasse apenas as operações *reais* ou apenas os conceitos que organizam o contexto materialista. A análise deve ser realizada na tensão entre os conceitos, abordando como o público típico da TV massiva pode ser culturalmente afetado.

O termo (ii) sentimento é utilizado como alternativa à ideologia, que em definição materialista é interpretada como distorção da realidade<sup>8</sup>, e auxilia a reforçar a necessidade de considerar o caráter cultural *em processo*, por reafirmar que se deve evitar a realização de análises estritamente práticas e distanciadas dos conceitos (e vice-versa). Na perspectiva materialista, ao separar para análises o processo social material (*infraestrutura*) do pensamento e da consciência (*superestrutura*) caracteriza-se a consciência e o pensamento ideológicos (WILLIAMS, 1979, p. 66). Desta forma, a ideologia como distorção da realidade pode estar associada tanto ao conhecimento prático restrito, limitado apenas a uma parte de um processo mais amplo, quanto à realização de análises no universo conceitual que não estabelecem vínculo com as relações sociais efetivas. Em outros termos, o materialismo cultural tem a intenção de demonstrar que, “contrariando certa evolução do marxismo, não é a base e a superestrutura que necessitam de estudo, mas os processos reais específicos e indissolúveis” (WILLIAMS, 1979, p. 86): estes, constantemente tensionados, constituem “experiências sociais *em solução*, distintas de outras formações semânticas sociais que foram *precipitadas* e existem de forma mais evidente e imediata” (WILLIAMS, 1979, p. 136).

<sup>8</sup> A prevalência da ideia de falsa realidade em relação ao conceito de ideologia aparece, sobretudo, em *A Ideologia Alemã* (2007 – 3ª edição – Editora Martins Fontes), estudo em que sistematiza a ideia síntese de que ideologia seria tudo o que não é “o real”. É a determinação da natureza da realidade que afeta o conceito de ideologia, já que Marx define essencialmente a ideologia como o que não é real. Em Marx, o contraste é entre ideologia e realidade e não, como no marxismo posterior, entre ideologia e ciência. Nessa obra, Marx define a realidade pela práxis, ou seja, a atividade produtiva humana, e a ideologia é definida por oposição à práxis. Em Marx a ideologia poderia ser os reflexos do processo real da vida e é neste sentido que é distorção.



Uma vez que as estruturas de sentimento são associadas à cultura de um período (WILLIAMS, 2001, p. 64) – a um momento específico – e por estarem inacabadas e em solução, é possível constatar “formações emergentes” (WILLIAMS, 1979, p. 136) em relação a estas estruturas. Destaca-se então outra característica fundamental da noção: mesmo a tensão dialética estabelecida entre a *super* e a *infraestrutura* não é suficiente para a realização de análises culturais completas. É necessário considerar também o caráter imaginativo associado ao conhecimento do processo social material e ao processo material propriamente dito para avaliar *alternativas de solução* para um contexto cultural. O contexto histórico e social de um período (no qual os indivíduos estão culturalmente imersos) influencia a imaginação, viabilizando a sugestão de possibilidades futuras em relação a um objeto cultural (WILLIAMS, 1969, p. 109).

Portanto, podemos afirmar que práticas futuras possíveis do público em relação à TV Digital interativa podem ser visualizadas como sugestão de possibilidades do meio, nas práticas culturais que realizam ao se relacionar com a TV convencional e com outros meios midiáticos sempre em processo. O vir a ser dos meios de comunicação é, antes de tudo, um vir a ser das práticas culturais do público.

Uma vez que o próprio método científico do materialismo histórico foi equacionado através desta tensão entre realidade e perspectiva futura, o caráter especulativo é minimizado: o materialismo cultural considera a necessidade de uso da imaginação não apenas para compreender um processo real com o qual se tem contato, mas também para antever processos que podem se tornar materiais futuramente: “o ‘pensamento’ e ‘imaginação’ são, desde o início, processos sociais” (WILLIAMS, 1979, p. 67).

Já há algumas décadas o público produz uma imagem / imaginação da televisão interativa que, gradativamente foi sendo implantada na própria TV analógica: a lógica da indução participativa citada anteriormente, a explosão dos reality shows e de outros tipos de programas em que a participação do público conduz o desfecho da trama são apenas alguns exemplos da imaginação televisual do público sendo reapropriada pelas emissoras na construção de um meio cuja finalidade última (do ponto de vista da imaginação) sempre foi

a interação plena. Em uma tentativa de ilustrar a força de análise e a contextualização sistêmica proporcionada pelas estruturas de sentimento para reflexões relativas à TV digital, são apresentadas em seguida duas breves análises. A primeira apresenta uma proposta de compreensão cultural a partir de estruturas de sentimento consideradas como fundadoras do ato de assistir TV: esta análise procura equacionar a relação de afeto do público em relação à mídia televisual. A segunda considera a necessidade de refletir sobre a TV digital interativa a partir do caráter da oralidade do público brasileiro associada aos índices de analfabetismo e analfabetismo funcional, que são determinantes e podem influenciar *na solução* para a estrutura de sentimentos *em formação* para a TV digital interativa. Ambas têm como central o fato (desenvolvido nas próximas seções) de que a TV proporciona uma “sensação de acesso direto, sem mediação” (WILLIAMS, 2005, p. 135). De fato, após alguma “designação prévia dos modos de ver” (BARBOSA, 2010b, p. 21) que eduque o olhar do público para compreender a forma de mediação proporcionada pelo dispositivo, o ato de assistir TV pode ser considerado bastante simples.

### **A TV enquanto janela para o mundo**

O afeto desenvolvido pelo público em relação à TV pode ser explicado a partir da sensação de acesso não mediado pelo aparato, especialmente em função do caráter inclusivo associado à simplicidade observada no ato de assistir televisão. Uma alternativa para analisar culturalmente tanto a sensação de acesso não mediado quanto a simplicidade propriamente dita remete a uma estrutura de sentimentos registrada na literatura inglesa do século XIX: na produção literária, particularmente

no drama dos anos 1880 e 1890 (Ibsen, CHECKHOV) [...] o centro do interesse dramático era [...] pela primeira vez os lares familiares [...] homens e mulheres olhavam de suas janelas, [...] esperavam ansiosamente por mensagens, para saber de forças ‘lá fora’, que determinariam as condições de suas vidas (WILLIAMS, 2005, p. 21).

Especialmente as obras literárias do período que abordam a vida no campo permitem constatar preocupações dos autores em relação ao crescimento das cidades, e como o desenvolvimento urbano vinha afetando culturalmente (e poderia influenciar ainda mais) o modo de vida rural. Naquela estrutura de sentimentos, quando a relação com o tempo era de uma ordem relativamente lenta (ainda que a revolução industrial já tivesse provocado alguma aceleração no cotidiano das famílias, especialmente aquelas que tinham laços tanto no campo quanto na cidade), o horizonte vislumbrado a partir das janelas das casas de campo constituía o limite (era suficiente) para aguardar por informações e transformações. Olhar pela janela aguardando por notícias vindas da cidade constituía o limite do alcance das novidades.

Contudo, o desenvolvimento tecnológico viria a ampliar esse alcance visual da janela do lar: as mensagens do mundo *lá fora* passam a ser recebidas em ritmo mais acelerado, especialmente na década de 1920 com o rádio. E não apenas no campo: especialmente em função do crescimento urbano, também nas cidades a tecnologia do rádio proporcionaria mudanças nas relações sociais, a partir do momento em que as pessoas passam a se reunir em torno do dispositivo para esperar por novidades. O interesse é potencializado em tempos de guerra, quando passam a ser trazidas, com segurança para o conforto do ambiente doméstico, informações do *front* de batalha, que, além de distantes do campo de visão das antigas janelas das propriedades rurais, constituíam, também, risco de morte.

É possível considerar que o desenvolvimento tecnológico deste momento caracteriza o início do “lar da família autossuficiente” (WILLIAMS, 2005, p. 19) e da noção de “privatização móvel” (WILLIAMS, 2005, p. 19): móvel no sentido que as informações trafegam sem fronteiras e chegam a localidades distantes; privativa (privatização) já que a localidade final (o ponto de chegada) das informações é a casa do espectador. A nova estrutura de sentimentos desenvolvida neste estágio embrionário do modo de vida industrial urbano constitui uma nova maneira de *olhar pela janela* proporcionada pela tecnologia; apesar de se tratar de um *modo de olhar* relativamente precário (uma vez que era recebido apenas o áudio das mensagens), indubitavelmente o *horizonte* fora ampliado.

Mas o aspecto *do olhar* seria equacionado a partir da disponibilidade da tecnologia seguinte. Quando a TV convencional foi apresentada, a janela teve *devolvida* a imagem que lhe fora privada anteriormente pelo rádio: as notícias e o entretenimento continuavam chegando de locais distantes, mas a veracidade dos fatos passava a ser avaliada visualmente. Ao ponto de em tempos de guerra no século XXI as famílias poderem acompanhar visualmente, a partir de suas poltronas, situações de risco real que passaram a ser transmitidas minuto a minuto. O que importa agora é o ultra-atual.

Talvez o aspecto mais interessante da passagem do rádio para a TV seja associado ao fato de que ambas as mídias *falavam* para o público: este aspecto de oralidade contribui com a sensação de acesso não mediado. Fala-se como em uma conversa entre amigos.

Segundo a análise culturalista a partir da estrutura de sentimentos, a facilidade do ato de assistir TV pode ser associada à facilidade do ato de olhar pela janela, pois a:

estrutura de sentimento é a cultura de um período: ela é o resultado de um modo de vida particular em relação a todos os elementos em uma organização geral. [...] Eu não quero dizer que a estrutura de sentimento [...] seja possuída [compartilhada] da mesma forma pela maioria dos indivíduos na comunidade [...] [, inclusive porque] ela não parece ser, em nenhum sentido formal, aprendida. Uma geração pode treinar sua sucessora, com razoável sucesso, nas características sociais ou no padrão cultural geral, mas a nova geração terá sua própria estrutura de sentimento, que não vai aparentar ter vindo ‘de’ algum lugar (WILLIAMS, 2001, p. 64-65).

A TV digital interativa caracteriza o momento no qual um estágio bastante avançado do “lar da família autossuficiente” (WILLIAMS, 2005, p. 19) requer uma *nova solução* para a estrutura de sentimentos. Em um contexto quando é possível realizar virtualmente qualquer ação a partir de lares absolutamente mobilizados e privatizados via Internet,

os recursos de interatividade via TV digital tendem a popularizar esta privatização móvel.

E ainda mais: têm-se a sensação de que se participa e não mais apenas pelo olhar das ações mais imediatas que ocorrem no mundo. Pode-se, enfim, estabelecer um diálogo, até então apenas imaginado, com um meio que sempre se caracterizou por falar ao seu público. Ainda que até então esta fala tenha sido muito mais um monólogo, assiste-se, enfim, a possibilidade da construção de um diálogo que, certamente, produzirá novas estruturas de sentimento, abrindo outras janelas em direção ao futuro.

Assim, o contexto de TV convencional, associado ao uso da microinformática e da Internet estabelecem um momento de redefinição de estruturas de sentimento que permite imaginar alguns dos futuros usos possíveis, ainda que se saiba que “nada se ganha em supor que os valores de um modo de vida possam ser transferidos, sem alterações, para outro; e é ignorar ainda a realidade admitir a possibilidade de uma seleção consciente de valores” (WILLIAMS, 1969, p. 251). Afinal, “nós não podemos predizer” (WILLIAMS, 1989, p. 8) os significados comuns que serão atribuídos aos objetos culturais: as “possibilidades tecnológicas utilizadas correspondem a [...] uma seleção de algumas de suas propriedades de acordo com a estrutura de sentimento dominante” (WILLIAMS, 2005, p. 52-53). Em última instância, trata-se do desenvolvimento de novas próteses para possibilitar novas formas de comunicação em função do desenvolvimento do uso de outros aparatos (novos, ou derivados dos anteriores). Com a interatividade, cada casa pode ser ‘o mundo lá fora’, e prover informação.

Assim, a casa onde, em princípio, nada acontece passaria a ser o local onde tudo é passível de acontecer. Com isso, inverte-se o sentido das espacialidades: o mundo lá fora é, ao mesmo tempo, o mundo que daqui de dentro se produz como sendo o fora. Aquilo que só existia como imaginação televisual – a sensação de estar em todos os lugares – torna-se possibilidade: pode-se produzir, responder, enfim, produzir um diálogo que, no antigo meio, ou seja, na televisão convencional só existia como possibilidade imaginativa.

## Reflexões culturalistas: oralidade como paradoxo

A perspectiva de análise culturalista apresentada permite comparar o ato de assistir TV a olhar pela janela; ainda a abordagem utilizada considera que no caso da TV convencional, após a compreensão do modo de ver este dispositivo pode-se ter a impressão de um acesso não mediado à informação. Estes fatores proporcionaram no público a sensação da “mensagem de tevê como algo de ‘natural’ no interior de sua casa. [...] [A televisão] finge ser o *olho da família* assestado para a espontaneidade dos acontecimentos do mundo” (SODRÉ, 2010, p. 59).

A ‘naturalidade’ do acesso à televisão pode ser apontada como um fator determinante de seu sucesso no caso do Brasil, especialmente quando observado que a sociedade brasileira é “oralizada por excelência” (BARBOSA, 2010a, p. 21). Este caráter oral, associado aos fatos de que (i) “o analfabetismo fonético não foi enfrentado [no Brasil] na sua devida época, [...] em fins do século XIX” (SANTIAGO, 1991, p. 147), que fica evidenciado nos índices de analfabetismo e analfabetismo funcional do público<sup>9</sup>, e que (ii) os meios eletrônicos possibilitam “a presença da oralidade como um fato contemporâneo entre nós” (HAVELOCK, 1996, p. 138) permitem apresentar a oralidade proporcionada pelo meio como justificativa primária para o estabelecimento do convívio afetivo do público com o aparato: após conhecimento de seu código, a televisão proporciona uma “sensação de acesso aparentemente não mediado” (WILLIAMS, 2005, p. 135), chegando a ser possível afirmar que “se nós podemos ver e ouvir as pessoas em nosso círculo imediato, podemos ver e ouvir televisão” (WILLIAMS, 2005, p. 135).

Foi afirmado ainda no início deste artigo que o formato nomeado interatividade plena pode provocar alterações nos modos de ver televisão. Se por um lado esta forma de interatividade permite a inclusão digital via recursos que vão desde serviços de governo eletrônico através da tele-

<sup>9</sup> Dados do relatório PNAD relativos ao ano de 2009 (IBGE, 2010) divulgados no segundo semestre de 2010 apresentam um índice de analfabetismo estimado em 9,7% da população e um índice de analfabetismo funcional de 20,3% no Brasil. Assim, cerca de 1/3 da população brasileira possui dificuldades para leitura.

visão (t-government) até a realização de compras mediadas pela televisão (t-commerce), por outro existe o risco relacionado à manutenção da sensação de acesso não mediado: parte significativa das interações mais sofisticadas pressupõe do espectador capacidade de leitura e escrita. No caso dos exemplos citados, tanto para utilizar serviços de governo eletrônico quanto para efetivar uma compra não presencial (da mesma forma que na maioria das operações mais sofisticadas na web), o usuário-espectador necessitaria ler e entender conteúdos apresentados para tomar decisões, e eventualmente prestar informações por escrito durante o ato de interatividade. Esta espécie de pré-requisito de letramento por alfabetização do espectador pode limitar, no caso do Brasil, a utilização dos recursos mais avançados por uma parcela significativa do público da TV digital terrestre. Neste ponto reside um paradoxo: a tecnologia interativa que potencialmente proporciona inclusão através da TV digital interativa também pode afastar o público da TV digital em função de alguma necessidade de letramento por alfabetização, o que não constituía problema no caso da TV convencional.

O contexto complexo (MORIN, 1990) que se apresenta ultrapassa as fronteiras das reflexões estritamente tecnológicas relacionadas à TV digital, requerendo da área da comunicação análises conceituais mais profundas. Algumas indagações relacionadas ao cenário desta nova televisão envolvem avaliar se a TV digital deve ser abordada apenas enquanto uma *nova televisão*, ou se está se configurando uma nova forma de mídia (ainda sem nome), que é derivada e vai coexistir com a TV convencional. A estrutura de sentimento *em solução* para a TV digital interativa evidencia o fato de que existem “complexas relações entre novas formas de experiência e novos tipos de tecnologias” (WILLIAMS, 2005, p. 53) e estas relações necessitam ser avaliadas de maneira crítica – inclusive porque a disponibilidade da tecnologia não é garantia de seu uso. Não é razoável considerar todo o investimento em tecnologia realizado pelo Governo Federal Brasileiro para desenvolvimento do padrão de tecnologia da televisão digital apenas enquanto tecnologia. Assim como não é coerente pensar que a disponibilização do ambiente tecnológico para realização de ações de interatividade plena é suficiente para promover a inclusão digital.

## Considerações finais

Este artigo procurou evidenciar que antes de realizar análises relativas aos usos possíveis do aparato tecnológico, e em paralelo às definições de ordem técnica / tecnológica para viabilização de ações de interatividade plena, é fundamental estabelecer uma base conceitual que possibilite reflexões que não sejam meramente tecnicistas, nem tampouco especulativas. A noção de cultura e, mais especificamente, o conceito de estruturas de sentimento debatido podem ser considerados os constituintes primários da base investigativa analítica para os estudos de interatividade na TV digital por três razões principais. Inicialmente devido ao (i) caráter *em formação* e emergente da interatividade na TV digital: como no caso da própria noção de cultura e das estruturas de sentimento, a tecnologia em questão encontra-se em formação, desenvolvendo-se a partir de adaptações em outras formas e produtos culturais existentes (como a própria TV, o computador, o telefone e a Internet). Também pelo fato de que (ii) é fundamental a realização de reflexões contextualizadas que minimizem o risco de anacronismos: não é razoável considerar as análises apenas a partir da disponibilização da televisão – é necessário compreender as origens da tecnologia e seus usos, inclusive para não incorrer em afirmações que caracterizem determinismo tecnológico. Finalmente, (iii) porque os meios de comunicação caracterizam meios materiais de cultura, que evidenciam estruturas de sentimento inclusive nos casos em que os meios ainda estão em desenvolvimento ou – como aparentemente é o caso da TV digital interativa terrestre – em transformação, mas com potencialidade de alterar uma relação de afeto e reconhecimento que no caso do Brasil existe desde os anos de 1950.

A dispersão do olhar, que será dividido com outras práticas, como, por exemplo, o diálogo produzido a partir de novas próteses acopladas ao vídeo (controle remoto, telefone celular e outras possibilidades de acesso ao mundo interativo da TV digital), faz como que o novo meio não seja mais, como foi durante todo o século XX, uma janela aberta em direção ao mundo.



Abre-se literalmente a possibilidade tecnológica da multiespacialidade, materializando uma possibilidade real que existe no meio TV desde o seu surgimento. Permanentemente conectado, o público poderá ver, participar, ter a sensação de interagir e de produzir conteúdos num mundo que só se interessa pelo ultra-atual. Por outro lado, a produção de uma imagem *clean*, límpida, distante daquilo que o olho é capaz de enxergar, produzindo uma espécie de visão do Paraíso, coloca-se lado a lado com outras cenas borradas produzidas por cada um daqueles que se acha diante de uma cena capaz de produzir atordoamento. A vida e sonho parecem estar definitivamente acoplados nas estruturas de sentimento dos novos meios de comunicação do século XXI.

## Referências

- BARBOSA, M. C. *História cultural da imprensa: Brasil 1800-1900*. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2010a.
- BARBOSA, M. C. Imagem televisiva e os primórdios da TV no Brasil. In: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. *História da televisão no Brasil: Do início aos dias de hoje*. São Paulo: Editora Contexto, 2010b. p. 15-35.
- CANNITO, N. *A televisão na era digital: Interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo: Summus Editorial, 2010.
- FAGUNDES, J. S. TV Digital: Convergência e interatividade. In: BARBOSA, M. C.; FERNANDES, M.; J DE MORAIS, O. (Org.). *Intercom Curitiba 2009*. São Paulo: Editora e Gráfica Vida & Consciência, 2009. p. 55-69.
- FERRAZ, C. Análise e perspectivas da interatividade na TV Digital. In: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Org.). *Televisão Digital: desafios para a comunicação – Livro da COMPÓS 2009*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009. p. 15-42.
- GOOGLE-TV. *Your phone = remote control*. Disponível em: <<http://www.google.com/tv/features.html>>.
- HAVELOCK, E. A. *A musa aprende a escrever: reflexões sobre a oralidade e a literacia da Antiguidade ao presente*. Lisboa: Trajectos 33, [1988] 1996.

- IBGE. *PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: Síntese de indicadores 2009*. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2009/pnad\\_sintese\\_2009.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2009/pnad_sintese_2009.pdf)>.
- MARX, K. *Contribuição à crítica da economia política*. São Paulo: Expressão Popular, [1859] 2008.
- MARX, K. *A ideologia alemã*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- MORIN, E. *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.
- SANTIAGO, S. Alfabetização, leitura e sociedade de massa. In: NOVAES, A. (Org.). *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. p. 146-152.
- SODRÉ, M. *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis: Editora Vozes, [1977] 2010.
- SONY-TV. *Easy to use remote*. Disponível em: <<http://discover.sonymstyle.com/internettv/#/gallery/5>>.
- VOCÊ DECIDE. Disponível em: <[http://memoriaglobo.globo.com/TVGlobo/Comunicacao/Institucional/memoriaglobo/CDA/Pop/tvg\\_cmp\\_memoriaglobo\\_pop\\_descricao\\_subtema/0,35985,22913,00.html](http://memoriaglobo.globo.com/TVGlobo/Comunicacao/Institucional/memoriaglobo/CDA/Pop/tvg_cmp_memoriaglobo_pop_descricao_subtema/0,35985,22913,00.html)>.
- WILLIAMS, R. Culture is ordinary [1958]. In: *Resources of Hope: Culture, Democracy, Socialism*. London: Verso, 1989. p. 3-18.
- WILLIAMS, R. *The long revolution*. Peterborough: Broadview Press, [1961] 2001.
- WILLIAMS, R. *Cultura e sociedade: 1780-1950*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.
- WILLIAMS, R. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, [1971] 1979.
- WILLIAMS, R. *O campo e a cidade (na história e na literatura)*. São Paulo: Companhia das Letras, [1973] 1990.
- WILLIAMS, R. *Television: Technology and Cultural Form*. Padstow: Routledge Classics, [1974] 2005.