

TV digital: estruturas de sentimento en la televisión del devenir

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

Digital TV: structures of feeling in the television of becoming

Carlos Eduardo Marquioni¹

Marialva Carlos Barbosa²

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.*

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.*

¹ Carlos Eduardo Marquioni es profesor del programa de Máster y Doctorado en Comunicación y Lenguajes de la Universidade Tuiuti do Paraná, doctor en Comunicación y Lenguajes y miembro del grupo de investigación *Imagens, sentidos e regimes de interação* da UTP. Correo electrónico: cemarquioni@uol.com.br.

² Marialva Carlos Barbosa es profesora titular en la Universidade Federal do Rio de Janeiro, doctora en Historia (1996) con posdoctorado en Comunicación por el LAIOS/París, Francia. Vicepresidente de la Intercom y también profesora titular jubilada de la 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

La televisión digital interactiva terrestre, en proceso de implantación en Brasil, permite, a diferencia de la convencional, el establecimiento de una comunicación que engloba emisión, recepción y respuesta, directamente a través del dispositivo de televisión. El formato de interacción más sofisticado, denominado “interactividad plena” (FERRAZ, 2009, p. 34), hace posible el envío de datos por parte del espectador, habilitándolo para comunicarse directamente con la emisora a través de su propio aparato de televisión, haciendo viable, además, que el público utilice el televisor como microordenador conectado a Internet.

Si por un lado esta nueva televisión permite pensar en inclusión digital utilizando este dispositivo tan popular en Brasil, se hace necesario reflexionar sobre la variación potencial en cuanto a los modos de ver la televisión a partir de las posibilidades tecnológicas del nuevo medio. De esta forma, si consideramos que el principal beneficiario del formato de inclusión digital televisivo sería el estrato de la población que posee un televisor, pero no necesariamente un ordenador o un canal de acceso doméstico a Internet, podemos afirmar que eventualmente el público de la “nueva” televisión puede tener dificultades en la adaptación a la nueva forma de ver televisión³.

Considerando la hipótesis de que la interactividad en la TV digital provocaría una nueva experiencia mediática que afectaría principalmente a la forma de ver televisión, junto a algunas definiciones de orden tecnológico y de infraestructura aún necesarias para hacer disponible el recurso de la interactividad plena (responsabilidad de las áreas de telecomunicaciones y *software*⁴) es fundamental realizar un análisis acerca de esa variación potencial en el acto de ver televisión, que tiende a producirse si tenemos en cuenta el impacto en el público y en la gestión de las emisoras.

³ Utilizamos comillas para citar el término “nueva” al referimos al nuevo dispositivo mediático representado por la TV digital porque consideramos que la novedad que introduce, en el sentido de nuevas aplicaciones tecnológicas, no rompe totalmente con lo que podría ser considerada “vieja TV”, es decir, la televisión analógica.

⁴ La interactividad plena presupone la existencia de un canal de retorno, que corresponde a un medio de comunicación integrado en el aparato de televisión del usuario [espectador]” (FERRAZ, 2009, p. 16), que puede ser una línea telefónica o una red de datos (como Internet). Así, para que haya canal de retorno se presupone el uso del televisor en asociación a otra tecnología [...] [puesta a disposición por] una empresa de telecomunicaciones” (CANNITO, 2010, p. 92)

La afirmación está justificada, no solo en función de aspectos de la praxis que vienen preocupando a las emisoras por entender esta mudanza como un cambio sustancial del modelo de radiodifusión del país (FAGUNDES, 2009, p. 55-56), sino especialmente debido a la relación de afecto y de reconocimiento por parte del público brasileño con la televisión: estos últimos factores permiten inferir que es necesario llevar a cabo una reflexión que no considere la tecnología tan solo *per se*, minimizando el riesgo de “determinismo tecnológico [...] [Según lo cual] las nuevas tecnologías [...] establecen las condiciones para el cambio social y el progreso” (WILLIAMS, 2005, p. 5). Por considerar que los análisis relativos a esta nueva forma de televisión requieren el acercamiento a aspectos del contexto social e histórico del ambiente en el que la tecnología se implanta, consideramos clave la noción de “estructuras de sentimiento” (WILLIAMS, 1979, p. 130) para estudios relacionados con la TV digital interactiva.

Por una teoría cultural en los estudios de la TV digital interactiva

La definición de cultura como “significados comunes, producto de todo un pueblo, [...] [que] se constituyen en la vida y que son hechos y rehechos, de forma que no podemos predecirlos” (WILLIAMS, 1989, p. 8) posibilita destacar dos factores determinantes en la realización de reflexiones relacionadas con la TV digital desde una perspectiva que podemos denominar culturalista: (i) el concepto de cultura aplicable a actos del cotidiano y (ii) la constitución de la noción de cultura en el tiempo, eventualmente establecida por el uso de los artefactos culturales por los actores sociales.

En relación a los (i) “significados comunes”, al considerar cultura como el “producto de todo un pueblo”, la noción amplia el significado usualmente atribuido a la cultura que la considera relacionada solo a “una religión, un código moral, el sistema de leyes o conjunto de obras de arte – [que] se debe ver solo como una parte –la parte consciente–

de aquella ‘cultura’ que es **todo un modo de vida**” [negrita nuestra] (WILLIAMS, 1969, p. 249). Al establecerse que cultura puede ser el comportamiento de la convivencia diaria (la parte inconsciente de la cultura), es posible afirmar que el hábito brasileño de ver televisión constituye un fenómeno plenamente cultural.

Al abordar (ii) la constitución cultural en la duración, se debe destacar que las variaciones y adaptaciones de los actos cotidianos –por ejemplo, en función de la aparición de los nuevos aparatos tecnológicos– afectan a las relaciones sociales y pueden culminar en el desarrollo de nuevos productos culturales.

Un ejemplo relacionado con un aparato tecnológico en el caso de la televisión convencional que provocó evidentes variaciones es el mando a distancia. La popularización de este dispositivo, unido al uso practicado por el público (conocido como efecto *zapping*, asociado a la navegación entre los canales disponibles), no solo alteró la forma de ver televisión, sino que también motivó cambios en la manera de producir y conducir contenidos por parte de las emisoras. El propio mando a distancia, con algunas adaptaciones a partir de la aparición del recurso de la interactividad, pasa a ser la prótesis desde la que el espectador realiza la interacción, en un evidente movimiento de complementación funcional del aparato⁵; es factible incluso considerar la posibilidad de que el aparato telefónico móvil actúe como mando a distancia para la realización de interacción: “[s]u móvil Android o iPhone se puede usar para controlar su Google TV en sustitución del mando a distancia. Use su voz para [ejecutar recursos de] investigación, además de múltiples aparatos telefónicos para controlar la propia televisión. ¡Es el fin de la disputa por el mando a distancia!” (GOOGLE-TV, 2011). La adición de nuevas posibilidades redefine, así, su significado, culminando con una adaptación al medio anterior (o eventualmente la definición de un nuevo medio), que será considerado *acabado* hasta que los usos (o nueva adaptación del aparato) generen nuevos significados. Evidentemente, cada una de esas adapta-

⁵ Consulte (SONY-TV, 2011).

ciones motiva redefiniciones culturales: “el fin de la disputa por el mando a distancia” (GOOGLE-TV, 2011) no solo ilustra una redefinición, como eventualmente motiva el surgimiento de una nueva disputa, pues aunque no sea necesario competir por el mando a distancia, tal vez sea necesario competir por el derecho de mantener un canal seleccionado (dado que habrá más de un mando a distancia en el ambiente).

Todavía en relación a (ii), las adaptaciones culturales a lo largo del tiempo no se asocian exclusivamente a aspectos tecnológicos manipulados directamente por el público. Es posible pensar que la televisión brasileña convencional terrestre de hecho ha ido añadiendo recursos que deben culminar en el establecimiento de interactividad plena, mediante la utilización directa del dispositivo. Un ejemplo claro abarca las votaciones directas en formato de opción múltiple para definir el final de programas como el pionero *Você decide*⁶, o para determinar el vencedor en *reality shows*. Ha habido, por tanto, alguna preparación cultural del público hacia la interactividad directa vía televisor.

Además de la relación de afecto del público con el medio, una segunda justificación para el empleo de un acercamiento culturalista al análisis de la televisión digital interactiva conlleva la minimización del riesgo de anacronismos al considerar concomitantemente aspectos de “desarrollo, [...] proceso histórico y progreso” (WILLIAMS, 1979, p. 19):

La historia de la idea de cultura es la historia del modo por el que reaccionamos en pensamientos y en sentimientos al cambio de condiciones por las que pasó nuestra vida. [...] Esas condiciones fueron creadas por los hombres y también modificadas por ellos. (WILLIAMS, 1969, p. 305)

Se considera que para realizar un análisis crítico de la televisión digital interactiva presuponemos el uso de una teoría cultural para viabilizar reflexiones contextualizadas, que engloben las relaciones anteriormente existentes y posibiliten proyecciones futuras que no sean meramente es-

⁶ Primer programa de teledramaturgia interactiva en Brasil (vehiculado por la TV Globo), *Você decide* estuvo en antena de 1992 a 2000. (VOCÊ DECIDE, 2010).

peculativas: “debemos saber explicar, en términos relacionados, tanto la permanencia como la historicidad de los conceptos” (WILLIAMS, 1990, p. 388). Así, el análisis bajo la perspectiva cultural necesita un concepto teórico que posibilite relacionar los significados comunes ofrecidos y la constitución de la cultura en el tiempo, históricamente contextualizada: la noción de estructuras de sentimiento parece atender esta sistematización.

A diferencia de lo que un análisis superficial del término pueda sugerir, las estructuras de sentimiento no están asociadas a una visión estructuralista. De hecho, corresponden a una definición crítica basada en la adaptación y utilización de nociones del materialismo histórico en tanto que teoría cultural. La ampliación del enfoque económico del materialismo histórico a los estudios de cultura caracterizaría, en cierta medida, el materialismo cultural y el concepto de estructuras de sentimiento es constituyente de ese materialismo. Para minimizar el riesgo de reduccionismos en relación a esta noción, presentamos una breve explicación contextualizada de los términos (i) estructura y (ii) sentimiento.

La (i) estructura constituye una tensión de orden dialéctico entre dos conceptos de la teoría económica materialista. El primero de estos conceptos es la superestructura, que trata de las “a) instituciones; b) formas de conciencia; c) prácticas políticas y culturales” (WILLIAMS, 1979, p. 81): la superestructura se refiere a aspectos conceptuales amplios. El segundo aborda el orden práctico y operacional de la sociedad, las acciones cotidianas, la “existencia social real del hombre” (WILLIAMS, 1979, p. 85), caracterizando la base de sustentación de la superestructura, en el sentido de que es en ella en donde se produce la materialidad efectiva de los aspectos conceptuales definidos en la superestructura. Este segundo concepto es referenciado como base, infraestructura o incluso estructura⁷ (WILLIAMS, 1979, p. 81). En este artículo se optó por el uso del término infraestructura (WILLIAMS, 1979, p. 79-86), intentando presentar las estructuras de sentimiento como el eslabón colocado entre la superestruc-

⁷ Como ejemplo podemos citar un fragmento del prefacio de la *Contribuição à crítica da economia política* en el que Marx afirma que “la totalidad de esas relaciones de producción constituye la **estructura** económica de la sociedad, la **base real** sobre la cual se eleva una **superestructura** jurídica y política y a la cual corresponden formas sociales determinadas de conciencia” [negrita nuestra] (MARX, 2008, p. 47)

tura y la infraestructura, exactamente para poner en evidencia la relación dialéctica entre los conceptos presentados en el materialismo histórico.

La definición materialista establece que no es posible abordar de forma independiente la superestructura o la infraestructura, caracterizando lo que puede ser considerada la definición en el tiempo del carácter cultural. Si hay una tensión constante entre la superestructura y la infraestructura (que justifica analizar ambas de forma concomitante), y tienen lugar variaciones en la base de sustentación real de la sociedad, evidentemente estas variaciones van a provocar efectos en las formas de conciencia, en las prácticas culturales. Por otro lado, esas alteraciones motivan cambios en lo cotidiano. Si la cultura se define en la duración, la aplicación de la perspectiva materialista presenta las redefiniciones de uso de los aparatos culturales como viabilizados por el continuo *no acabado* proporcionado por la tensión dialéctica resultante del movimiento constante entre la superestructura y la infraestructura. Al aplicar la noción de estructura a las reflexiones relacionadas a la televisión digital interactiva, se hace evidente que sería demasiado simplificador un análisis que considerara solo las operaciones reales o solo los conceptos que organizan el contexto materialista. El análisis debe realizarse en la tensión entre los conceptos, abordando como el público típico de la televisión de masas puede ser culturalmente afectado.

El término (ii) sentimiento se utiliza como alternativa a la ideología, que en definición materialista es interpretada como distorsión de la realidad⁸, y ayuda a reforzar la necesidad de considerar el carácter cultural en proceso, por reafirmar que se debe evitar la realización de análisis estrictamente prácticos y distanciados de los conceptos (y viceversa). En la perspectiva materialista, al separar para el análisis el proceso social material (infraestructura) del pensamiento y de la conciencia (superestructura) se caracteriza la conciencia y el pensamiento ideológicos (WILLIAMS, 1979, p. 66). De esta forma, la ideología como distorsión de

⁸ La prevalencia de la idea de falsa realidad en relación al concepto de ideología aparece, sobre todo, en *A Ideologia Alemã* (2007 – 3ª edición – Martins Fontes), estudio en el que se sistematiza la idea de síntesis de que la ideología sería todo lo que no es “lo real”. Y la determinación de la naturaleza de la realidad que afecta al concepto de ideología, ya que Marx define esencialmente la ideología como lo que no es real. En Marx, el contraste es entre ideología y realidad y no entre ideología y ciencia, como en el marxismo posterior. En esta obra, Marx define la realidad por la praxis, o sea, la actividad productiva humana, y la ideología es definida por oposición a la praxis. En Marx la ideología podría ser los reflejos del proceso real de la vida y en este sentido es la distorsión.

la realidad puede estar asociada tanto al conocimiento práctico restringido, limitado solo a una parte de un proceso más amplio, como a la realización de análisis en el universo conceptual que no establecen vínculo con las relaciones sociales efectivas. En otros términos, el materialismo cultural tiene la intención de demostrar que, “contrariando cierta evolución del marxismo, no son la base y la superestructura quienes necesitan de estudio, sino los procesos reales específicos e indisolubles” (WILLIAMS, 1979, p. 86): estos, en constante tensión, constituyen “experiencias sociales en solución, distintas de otras formaciones semánticas sociales que fueron *precipitadas* y existen de forma más evidente e inmediata” (WILLIAMS, 1979, p. 136).

Una vez que las estructuras de sentimiento están asociadas a la cultura de un periodo (WILLIAMS, 2001, p. 64) –a un momento específico– y por estar inacabadas y en solución, es posible constatar “formaciones emergentes” (WILLIAMS, 1979, p. 136) en relación a estas estructuras. Se destaca entonces otra característica fundamental de la noción: ni siquiera la tensión dialéctica establecida entre la superestructura y la infraestructura es suficiente para la realización de análisis culturales completos. Es necesario considerar también el carácter imaginativo asociado al conocimiento del proceso social material y al proceso material propiamente dicho para evaluar alternativas de solución para un contexto cultural. El contexto histórico y social de un periodo (en el que los individuos están culturalmente inmersos) influencia la imaginación, haciendo factible la sugerencia de posibilidades futuras en relación a un objeto cultural (WILLIAMS, 1969, p. 109).

Por lo tanto, podemos afirmar que las prácticas futuras posibles del público en relación a la televisión digital interactiva pueden verse como sugerencias de posibilidades del medio, en las prácticas culturales que realizan al relacionarse con la televisión convencional y con otros canales mediáticos siempre en proceso. El porvenir de los medios de comunicación es, ante todo, el porvenir de las prácticas culturales del público.

Dado que el propio método científico del materialismo histórico fue analizado a través de esta tensión entre realidad y perspectiva futura, el carácter especulativo se minimizó: el materialismo cultural considera la

necesidad de uso de la imaginación no sólo para comprender un proceso real con el que se tiene contacto, sino también para antever procesos que pueden hacerse materiales futuramente: “el ‘pensamiento’ e ‘imaginación’ son, desde el inicio, procesos sociales” (WILLIAMS, 1979, p. 67).

Ya hace algunas décadas el público produce una imagen/imaginación de la televisión interactiva que, gradualmente se ha ido implantando en la propia televisión analógica: la lógica de la inducción participativa citada anteriormente, la explosión de los *reality shows* y de otros tipos de programas en los que la participación del público conduce al desenlace de la trama son solo algunos ejemplos de la imaginación televisiva del público, siendo reapropiada por las emisoras en la construcción de un medio cuya finalidad última (desde el punto de vista de la imaginación) siempre fue la interacción plena. En una tentativa de ilustrar la fuerza de análisis y la contextualización sistémica proporcionada por las estructuras de sentimiento para reflexiones relativas a la televisión digital, presentamos a continuación dos breves análisis. El primero presenta una propuesta de comprensión cultural a partir de estructuras de sentimiento consideradas como fundadoras del acto de ver televisión: este análisis intenta plantear la relación de afecto del público en relación a los medios televisivos. El segundo considera la necesidad de reflexionar sobre la televisión digital interactiva a partir del carácter de la oralidad del público brasileño asociada a los índices de analfabetismo y analfabetismo funcional, que son determinantes y pueden influenciar en la solución para la estructura de sentimientos en formación para la televisión digital interactiva. Ambas consideran fundamental el hecho (desarrollado en las próximas secciones) de que la televisión proporciona una “sensación de acceso directo, sin mediación” (WILLIAMS, 2005, p. 135). De hecho, después de alguna “designación previa de los modos de ver” (BARBOSA, 2010b, p. 21) que eduque la mirada del público para comprender la forma de mediación proporcionada por el dispositivo, el acto de ver televisión puede ser considerado como bastante simple.

La televisión como ventana para el mundo

El afecto desarrollado por el público hacia la televisión se puede explicar a partir de la sensación de acceso no mediado por el aparato, especialmente en función del carácter inclusivo asociado a la simplicidad observada en el acto de ver televisión. Una alternativa para analizar culturalmente tanto la sensación de acceso no mediado como la simplicidad propiamente dicha remite a una estructura de sentimientos registrada en la literatura inglesa del siglo XIX: en la producción literaria, particularmente

en el drama de los años 1880 y 1890 (Ibsen, CHECKHOV) [...] el centro del interés dramático eran [...] por primera vez los hogares familiares [...] hombres y mujeres miraban por sus ventanas, [...] esperaban ansiosamente mensajes, para saber de las fuerzas 'del exterior', que determinarían sus condiciones de vida (WILLIAMS, 2005, p. 21).

Especialmente las obras literarias del periodo que abordan la vida en el campo permiten constatar preocupaciones de los autores en relación al crecimiento de las ciudades, y cómo el desarrollo urbano venía afectando culturalmente (y podría afectarlo aún más) al modo de vida rural. En aquella estructura de sentimientos, cuando la relación con el tiempo era de un orden relativamente lento (aunque la revolución industrial ya hubiera provocado alguna aceleración en la vida cotidiana de las familias, especialmente en la de aquellas que tenían lazos tanto en el campo como en la ciudad), el horizonte vislumbrado a partir de las ventanas de las casas de campo constituía el límite (era suficiente) para aguardar informaciones y transformaciones. Mirar por la ventana esperando noticias provenientes de la ciudad constituía el límite del alcance de las novedades.

Pero el desarrollo tecnológico vendría a ampliar ese alcance visual de la ventana del hogar: los mensajes del mundo exterior pasan a ser recibidos a un ritmo más acelerado, especialmente en la década de 1920 con la radio. Y no solo en el campo: especialmente en función del crecimiento urbano, también en las ciudades la tecnología de la radio proporcionaría cambios

en las relaciones sociales, a partir del momento en que las personas pasan a reunirse en torno al dispositivo para esperar novedades. El interés se potencia en tiempos de guerra cuando pasan a ser llevadas con seguridad a la comodidad del ambiente doméstico, informaciones sobre el frente de batalla, que, además de distantes del campo de visión de las antiguas ventanas de las propiedades rurales, constituían, también, un riesgo de muerte.

Se puede considerar que el desarrollo tecnológico de este momento caracteriza el inicio del “hogar de la familia autosuficiente” (WILLIAMS, 2005, p. 19) y de la noción de “privatización móvil” (WILLIAMS, 2005, p. 19): móvil en el sentido de que las informaciones transitan sin fronteras y llegan a localidades distantes; privativa (privatización) ya que el lugar final (el punto de llegada) de las informaciones es la casa del espectador. La nueva estructura de sentimientos desarrollada en este estadio embrionario del modo de vida industrial urbano constituye una nueva manera de mirar por la ventana proporcionada por la tecnología; a pesar de tratarse de un modo de mirar relativamente precario (dado que se recibía tan solo el audio de los mensajes), indudablemente el horizonte se había ampliado.

Pero el aspecto *del mirar* sería analizado a partir de la disponibilidad de la tecnología siguiente. Cuando la televisión convencional se presentó, se le devolvió a la ventana la imagen de la que le había privado la radio: las noticias y el entretenimiento continuaban llegando de lugares distantes, pero la veracidad de los hechos pasaba a ser evaluada visualmente. Hasta tal punto que en tiempos de guerra en el siglo XXI las familias puedan seguir visualmente, a partir de sus sillones de casa, situaciones de riesgo real que empezaron a ser transmitidas minuto a minuto. Lo que importa ahora es lo ultraactual.

Tal vez el aspecto más interesante del paso de la radio a la televisión se asocie al hecho de que ambos medios *hablaban* al público: este aspecto de oralidad contribuye a la sensación de acceso no mediado. Se habla como en una conversación entre amigos.

Según el análisis culturalista a partir de la estructura de sentimientos, la facilidad del acto de ver televisión se puede asociar a la facilidad del acto de mirar por la ventana, pues la:

Estructura de sentimiento es la cultura de un periodo: esta es el resultado de un modo de vida particular en relación a todos los elementos en una organización general. [...] Yo no quiero decir que la estructura de sentimiento [...] sea poseída [compartida] de la misma forma por la mayoría de los individuos en la comunidad [...] [sobre todo porque] no parece ser, en ningún sentido formal, aprendida. Una generación puede entrenar a su sucesora, con razonable éxito, en las características sociales o en el patrón cultural general, pero la nueva generación tendrá su propia estructura de sentimiento, que no va aparentar haber venido ‘de’ algún lugar (WILLIAMS, 2001, p. 64-65).

La televisión digital interactiva caracteriza el momento en el que un estadio bastante avanzado del “hogar de la familia autosuficiente” (WILLIAMS, 2005, p. 19) requiere una *nueva solución* para la estructura de sentimientos. En un contexto en el que se puede realizar virtualmente cualquier acción a partir de hogares absolutamente movilizados y privatizados vía Internet, los recursos de interactividad vía televisión digital tienden a popularizar esta privatización móvil.

Y más aún: se tiene la sensación de que se participa ya no solo por mirar las acciones más inmediatas que ocurren en el mundo. Se puede, por fin, establecer un diálogo, hasta ahora solo imaginado, con un medio que siempre se caracterizó por hablar a su público. Aunque hasta ahora este discurso haya sido mucho más un monólogo, se ve, finalmente, la posibilidad de la construcción de un diálogo que, ciertamente, producirá nuevas estructuras de sentimiento, abriendo otras ventanas en dirección al futuro.

Así, el contexto de la televisión convencional, asociado al uso de la microinformática y de la Internet establecen un momento de redefinición de estructuras de sentimiento que permite imaginar algunos de los futuros usos posibles, aunque se sepa que “nada se gana en suponer que los valores de un modo de vida puedan ser transferidos, sin alteraciones, a otro; y es ignorar aún la realidad admitir la posibilidad de una selección consciente de valores” (WILLIAMS, 1969, p. 251). Por último, “no-

sotros no podemos predecir” (WILLIAMS, 1989, p. 8) los significados comunes que serán atribuidos a los objetos culturales: las “posibilidades tecnológicas utilizadas corresponden a [...] una selección de algunas de sus propiedades en consonancia con la estructura de sentimiento dominante” (WILLIAMS, 2005, p. 52-53). En última instancia, se trata del desarrollo de nuevas prótesis para posibilitar nuevas formas comunicacionales en función del desarrollo del uso de otros aparatos (nuevos, o derivados de los anteriores). Con la interactividad, cada casa puede ser ‘el mundo exterior’, y proveer información.

Así, la casa donde, en principio, no ocurre nada pasaría a ser el lugar donde todo puede suceder. Con eso, se invierte el sentido de las espacialidades: el mundo externo es, a la vez, el mundo que de aquí de dentro se produce como siendo fuera. Aquello que solo existía como imaginación televisual –la sensación de estar en todos los lugares– se hace posible: se puede producir, responder, en fin, producir un diálogo que, en el antiguo medio, o sea, en la televisión convencional, solo existía como posibilidad imaginativa.

Reflexiones culturalistas: oralidad como paradoja

La perspectiva de análisis culturalista presentada permite comparar el acto de ver televisión con el de mirar por la ventana; aunque el enfoque utilizado considera que en el caso de la televisión convencional, después de la comprensión del modo de ver este dispositivo se puede tener la impresión de un acceso no mediado a la información. Estos factores proporcionaron en el público la sensación del “mensaje de televisión como algo de ‘natural’ en el interior de su casa. [...] [La televisión] finge ser el ojo de la familia dirigido hacia la espontaneidad de los acontecimientos del mundo” (SODRÉ, 2010, p. 59).

La ‘naturalidad’ del acceso a la televisión puede ser considerada un factor determinante de su éxito en el caso de Brasil, especialmente cuando se observa que la sociedad brasileña es “oralizada por

excelencia” (BARBOSA, 2010a, p. 21). Este carácter oral, asociado a hechos como el que (i) “el analfabetismo fonético no fue enfrentado [en Brasil] en su debido momento, [...]a finales del siglo XIX” (SANTIAGO, 1991, p. 147), lo que queda evidente en los índices de analfabetismo y analfabetismo funcional del público⁹, y el de que (ii) los medios electrónicos posibilitan “la presencia de la oralidad como un hecho contemporáneo entre nosotros” (HAVELOCK, 1996, p. 138) permiten presentar la oralidad proporcionada por el medio como la justificación primaria para el establecimiento de la convivencia afectuosa del público con el aparato: después del conocimiento de su código, la televisión proporciona una “sensación de acceso aparentemente no mediado” (WILLIAMS, 2005, p. 135), llegando a hacer posible afirmar que “si nosotros podemos ver y oír a las personas en nuestro círculo inmediato, podemos ver y oír televisión” (WILLIAMS, 2005, p. 135).

Afirmamos, además, al principio de este artículo que el formato denominado interactividad plena puede provocar alteraciones en los modos de ver televisión. Si por un lado esta forma de interactividad permite la inclusión digital vía recursos, que van desde servicios de gobierno electrónico a través de la televisión (*t-government*) hasta la realización de compras mediadas por la televisión (*t-commerce*), por otro existe el riesgo relacionado al mantenimiento de la sensación de acceso no mediado: parte significativa de las interacciones más sofisticadas presupone la capacidad de lectura y escritura del espectador. En el caso de los ejemplos citados, tanto para utilizar servicios de gobierno electrónico como para realizar una compraventa no presencial (de la misma forma que en la mayoría de las operaciones más sofisticadas en la web), el usuario-espectador necesitaría leer y entender contenidos presentados para tomar decisiones, y eventualmente prestar informaciones por escrito durante el acto de interactividad. Esta especie de prerrequisito de literacidad del espectador puede limitar, en el caso de Brasil, la utilización de los recur-

⁹ Datos del informe PNAD relativos al año 2009 (IBGE, 2010), divulgados en el segundo semestre de 2010 presentan un índice de analfabetismo estimado en un 9,7% de la población y un índice de analfabetismo funcional de 20,3% en Brasil. Así, alrededor de un tercio de la población brasileña tiene dificultades para la lectura.

soos más avanzados por una parte significativa del público de la televisión digital terrestre. En este punto reside una paradoja: la tecnología interactiva, que potencialmente proporciona inclusión a través de la televisión digital interactiva también puede alejar el público de ella en función de alguna necesidad de uso de la lengua, lo que no constituía un problema en el caso de la televisión convencional.

El contexto complejo (MORIN, 1990) que se presenta sobrepasa las fronteras de las reflexiones estrictamente tecnológicas relacionadas a la televisión digital, requiriendo del área de la comunicación análisis conceptuales más profundos. Algunas indagaciones relacionadas con el escenario de esta nueva televisión implican evaluar si la televisión digital debe ser abordada solo en tanto que una nueva televisión, o si está configurándose un nuevo medio de comunicación (aún sin nombre), que es un derivado y que va a coexistir con la televisión convencional. La estructura de sentimiento en solución para la televisión digital interactiva evidencia el hecho de que existen “relaciones complejas entre nuevas formas de experiencia y nuevos tipos de tecnologías” (WILLIAMS, 2005, p. 53) y estas relaciones necesitan ser evaluadas de manera crítica – incluso porque la disponibilidad de la tecnología no es garantía de su uso. No es razonable considerar toda la inversión en tecnología realizada por el Gobierno Federal Brasileño para el desarrollo del modelo de tecnología de la televisión digital solo en tanto que tecnología. Así como no es coherente pensar que la puesta en marcha del ambiente tecnológico para la realización de acciones de interactividad plena sea suficiente para promover la inclusión digital.

Consideraciones finales

Este artículo ha intentado poner en evidencia que antes de realizar análisis relativos a los usos posibles de un aparato tecnológico, y en paralelo a las definiciones de orden técnico/tecnológico para hacer viables acciones de interactividad plena, es fundamental establecer una base conceptual

que posibilite reflexiones que no sean meramente tecnicistas, ni tampoco especulativas. La noción de cultura y, más específicamente, el concepto de estructuras de sentimiento debatido pueden ser considerados los constituyentes primarios de la base investigativa analítica para los estudios de interactividad en la televisión digital por tres razones principales. Inicialmente debido al (i) carácter en formación y emergente de la interactividad en la televisión digital: como en el caso de la propia noción de cultura y de las estructuras de sentimiento, la tecnología en cuestión se encuentra en formación, desarrollándose a partir de adaptaciones en otras formas y productos culturales existentes (como la propia televisión, el ordenador, el teléfono e Internet). También por el hecho de que (ii) es fundamental la realización de reflexiones contextualizadas que minimicen el riesgo de anacronismos: no es razonable considerar los análisis sólo a partir de la aparición de la televisión –es necesario comprender los orígenes de la tecnología y sus usos, inclusive para no incurrir en afirmaciones que caractericen algún determinismo tecnológico. Finalmente, (iii) porque los medios de comunicación caracterizan los medios materiales de la cultura, que evidencian estructuras de sentimiento incluso en los casos en que los medios aún están en desarrollo o –como aparentemente es el caso de la TV digital interactiva terrestre– en transformación, pero con posibilidades de alterar una relación de afecto y reconocimiento que en el caso de Brasil existe desde los años ‘50.

La dispersión de la mirada, que será dividida con otras prácticas, como, por ejemplo, el diálogo producido a partir de nuevas prótesis acopladas al vídeo (mando a distancia, teléfono móvil y otras posibilidades de acceso al mundo interactivo de la TV digital), hace que el nuevo medio no sea más, como fue durante todo el siglo XX, una ventana abierta en dirección al mundo.

Se abre literalmente la posibilidad tecnológica de la multiespacialidad, materializando una posibilidad real que existe en la televisión desde su aparición. Permanentemente conectado, el público podrá ver, participar, tener la sensación de interactuar y de producir contenidos en un mundo que solo se interesa por lo ultraactual. Por otro lado, la pro-

ducción de una imagen *clean*, límpida, distante de aquello que el ojo es capaz de distinguir, produciendo una especie de visión del Paraíso, se pone al lado de otras escenas borradas producidas por cada uno de aquellos que se halla delante de una escena capaz de producir aturdimiento. La vida y el sueño parecen estar definitivamente acoplados en las estructuras de sentimiento de los nuevos medios de comunicación del siglo XXI.

Referencias

- BARBOSA, M. C. *História cultural da imprensa: Brasil 1800-1900*. Río de Janeiro: Mauad, 2010a.
- BARBOSA, M. C. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. En: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. *História da televisão no Brasil: Do início aos dias de hoje*. São Paulo: 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. En: 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. En: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Org.). *Televisão Digital: desafios para a comunicação – Livro de la COM-PÓS 2009*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009. p. 15-42.
- GOOGLE-TV. *Your phone = remote control*. Disponible en: <<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*. Disponible en: <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: Vozes, [1977] 2010.
- SONY-TV. *Easy to use remote*. Disponível em: <<http://discover.sonymstyle.com/internetv/#/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>.
- 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.