



Interface e TV Digital: ação e simulação¹

Patrícia Azambuja²

Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão

Resumo

A televisão aberta, historicamente identificada por seu conteúdo centralizado e pré-determinado, a partir da digitalização total nos processos de transmissão, poderá incorporar uma dinâmica bem mais livre e independente. As tecnologias digitais somam à estrutura *broadcasting* aspectos como hipermídia, estrutura não-linear e interação. Assistir a uma programação de TV poderá exigir muito mais atitude, visto que a grade possivelmente oferecerá, além dos conteúdos convencionais, acesso a um variado universo de informações e possibilidades interativas. A relação entre audiência e veículo torna-se conseqüentemente mais complexa. A interface, contexto de ação entre esses dois pontos, desenhada sob novas ordens de “usabilidade” e evidenciada, através de estruturas renovadas de simulação, poderá tornar (ou não) o conteúdo mais acessível ao telespectador. Agora, percebido como usuário.

Palavras-chave

Interface; TV Digital; Hipermídia; Usabilidade; Interação;

O fenômeno das redes telemáticas³ propõe um diálogo não somente entre tecnologias, mas, entre diferentes conceitos e diferentes maneiras de assimilar informação. A televisão aberta incorporou historicamente às suas práticas de produção e distribuição de conteúdos, uma dinâmica quase inflexível em relação aos produtores e consumidores de conteúdos. Programação engessada, horários pré-determinados, pouca participação da audiência são características marcantes na transmissão *broadcasting*⁴.

A digitalização dos sistemas de processamento de informações, presente hoje em quase todos os mecanismos de armazenamento de dados informativos, propõe uma mudança sem precedentes nas etapas de transmissão e recepção. Aparelhos como telefones, rádios e televisores incorporam, desde então, uma dinâmica de assimilação de conteúdo bem mais livre e independente. A internet (digitalização de dados distribuídos através de rede de alcance mundial) soma ao conceito *broadcasting* da televisão e do rádio o *datacasting* (acesso ao banco de dados) e o *narrowcasting* (personalização de conteúdos).

¹ Trabalho apresentado ao NP Comunicação Audiovisual, do VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Formada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Maranhão, com mestrado em Artes Visuais pelo Instituto de Artes da UNESP. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão. E-mail patriciaazambuja@yahoo.com.br.

³ Fusão entre telecomunicações e informática.

⁴ Comunicação aberta. Transmissão de sinais de rádio ou televisão para público em geral.



Broadcasting

Broadcasting, o mesmo que radiodifusão, caracteriza-se pelas transmissões que se destinam ao público em geral, podendo compreender rádio, televisão ou outros tipos de informação. Conhecida também como transmissão aberta, a radiodifusão teve início com experiências científicas que demonstravam que parte do espectro eletromagnético poderia ser utilizada como meio de transmissão de áudio. Até aquele momento, a comunicação à distância era feita por meio de fios elétricos. A eliminação dos fios era uma proposta revolucionária, no entanto, foi encarada como um problema em um primeiro momento, já que a informação deixava de ser sigilosa, situação importante naqueles tempos de guerra. A utilização desse objeto como um eletroeletrônico amplamente difundido nas residências, em volta do qual as famílias se reuniam para ouvir música ou aproveitar outras formas de entretenimento, não existia. Também não parecia viável naquele momento. Somente com o fim da Primeira Guerra Mundial, que a primeira estação de rádio começou a transmitir com regularidade uma programação (1920), o que incentivou a compra de aparelhos, influenciando o surgimento de novas estações, regulamentação no uso do espectro, institucionalização dos espaços publicitários e diversificação da programação e do número de ouvintes.

Assim como aconteceu com o rádio, o fim de uma Grande Guerra, neste caso a segunda, foi responsável pelo desenvolvimento da televisão, que contou, também, com o interesse que se tinha em utilizar o poder que o instrumento exercia no público em geral como estratégia de dominação, testada inclusive por Adolf Hitler. As primeiras programações aconteciam ao vivo e eram incrementadas pelos patrocinadores, que contavam com um público já acostumado aos intervalos comerciais introduzidos pelos “reclames” no rádio. Assim era a comunicação aberta: “gratuita” para a população em geral e paga pelos anunciantes

As primeiras televisões por assinatura surgiram nos Estados Unidos, na década de 50. Por problemas de interferências, cabos redistribuíam a programação até a casa do telespectador, que era cobrado por esse serviço. Ao contrário da televisão aberta, as TVs por assinatura apresentavam uma programação mais diversificada, com melhor qualidade de imagem e possibilidade de escolha por parte do assinante. A digitalização dos sistemas de produção e transmissão introduziu (e continua introduzindo) grandes mudanças na comunicação mundial. Seguida pela interligação em rede e, finalmente, a fusão entre as telecomunicações e a informática, percebe-se com isso uma das maiores



revoluções nos modos de produzir, distribuir e receber informações. Hoje, as tecnologias analógicas e digitais co-habitam produtoras e estações de televisão e, aos poucos, a digitalização total vai sendo incorporada nas etapas de captação e edição. Mas, se por um lado a transmissão de sinais digitais já é uma realidade nos serviços de televisão por assinatura (cabo, MMDS e satélite), na radiodifusão aberta e gratuita somente em 2006 o governo brasileiro tomou algumas decisões definitivas.

As primeiras pesquisas em HDTV (*High Definition Television*) começaram no Japão na década de 60, que teve seu padrão homologado em 1999 (ISDB -*Integrated Service Digital Broadcasting*) e foi escolhido como padrão para orientar a migração analógico-digital no Brasil. A partir da assinatura do decreto presidencial nº 5820/06, em 29 de junho de 2006, instituiu-se o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (VHF e UHF), com uma transição prevista para durar entre 10 e 15 anos e que mudará radicalmente a forma de assistir televisão, ou melhor, assimilar informações.

Inicialmente, essa mudança tornará possível a ampliação do número de canais de transmissão, abrindo espaço para diversidade de conteúdo e convergência entre os diversos suportes (integração de sons, imagens, textos, números e diversos elementos da mídia em uma mesma tela de controle). Para Asa Briggs, em *Uma História Social da Mídia*, a palavra convergência vem sendo utilizada desde a década de 1970 “com uma abrangência mais ampla, em particular, no que Alan Stone chamou de ‘um casamento perfeito’ entre os computadores – parceiros também em outros casamentos – e as telecomunicações” (2004, p.270). Trata-se da possibilidade de incorporar diferentes formas de comunicação em aparelhos comuns e de maneira integral.

“As TVs por assinatura e os telefones celulares já estão se adequando à tecnologia digital. Há um forte consenso que a telefonia móvel integrará telecomunicações e radiodifusão quando se fala em novos negócios. As aplicações oferecidas pela TV digital possibilitarão, de maneira interativa, a recepção de notícias e a visualização de programas de TV em *palmtops* e celulares de terceira geração que poderão vir a ser aparelhos de TV móvel e portátil” (MORAN, 2002, p.3).

Hoje, a telefonia móvel agrega à sua possibilidade de comunicação interpessoal (a qualquer momento e em qualquer lugar) a recepção também de informações comuns a todos, chamada radiodifusão ou *broadcasting*, como a distribuição de programas de entretenimento de rádio e televisão.



Datacasting

Somado ao conteúdo ligado à comunicação pessoal e ao entretenimento, ambos com som e imagem, em um mesmo aparelho torna-se possível, também, receber outros tipos de dados. No caso da TV Digital, uma programação de televisão pode ser complementada com informações adicionais ao conteúdo que está sendo assistido, acessível através de bancos de dados disponibilizados pela emissora. O sistema de *datacasting* ou *data broadcasting* (acesso, através de canal de radiodifusão, a dados de interesse geral dos telespectadores) possibilita o surgimento de serviços como *t-commerce*, *t-banking* e até mesmo o acesso à internet, através do televisor, configurando outras possibilidades além da simples assimilação de conteúdo pré-estabelecido.

De acordo com o relatório de pesquisa do professor José Manuel Moran,

“Muitas aplicações estão sendo testadas atualmente, entre elas o *vídeo on demand* – a escolha de filmes, programas gravados e vídeos, na hora que o telespectador quiser - e o *pay-per-view* - programação exibida em vários canais exclusivos para quem pode pagar por eles, em geral canais esportivos, infantis, musicais e eróticos. Pode ser escolhido o ângulo de transmissão, o horário de acesso, a informação complementar, os serviços integrados (compras, pacotes financeiros), a criação de ambientes de comunicação virtuais (jogos on-line, grupos de afinidade)” (2002, p.1).

Esse tipo de oferta já faz parte da realidade das TVs por assinatura, no entanto, o acesso brasileiro a elas ainda é restrito. Do ponto de vista histórico, os serviços de televisão paga sempre foram mais populares e melhor desenvolvidos nos Estados Unidos. No Brasil, a TV por assinatura só começou a ganhar popularidade a partir da década de 90 e, muito em função do baixo poder aquisitivo do brasileiro, ainda não atinge mais de 20% da população⁵.

A digitalização da TV aberta configura um cenário extremamente positivo em relação às possibilidades de conteúdo, à inclusão digital, ou mesmo, à educação a distância. Por outro lado, assistir a uma programação televisiva, dentro desse novo contexto, exigirá muito mais ação, já que a grade poderá oferecer, além dos formatos tradicionais, acesso a um variado universo de informações e possibilidades (serviços integrados, interatividade com o conteúdo, flexibilidade no horário de acesso, informações complementares etc.) Uma realidade bem mais complexa que a televisão no modelo convencional.

⁵ De acordo com o *site* da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura – ABTA, os sinais de MMDS e Cabo chegam a quase 29 milhões de domicílios. Disponível em <<http://www.abta.org.br/site/content/abta/index.php>> Acessado em 14 de maio de 2007.

“De um conceito de televisão com programação de entretenimento e informação estamos passando para uma televisão de serviços - vendas, internet, *home-banking* - aproximando-se rapidamente do computador em rede. De uma televisão onde praticamente recebíamos tudo pronto podemos ‘participar’ cada vez mais: do simples *zapping*, do uso do controle remoto, ao 0800, aos programas mais personalizados, ao *pay-per-view* há um sem número de possibilidades de escolhas, difíceis de imaginar alguns anos atrás. De uma televisão que organizava o nosso tempo (novela das oito...) começamos a passar para uma programação a *la carte*, onde poderemos escolher assistir muitos programas na hora que nos for mais favorável” (MORAN, 2002, p.4).

Fica uma pergunta: que tipo de espectador (ou usuário) vai surgir desse turbilhão de possibilidades? Uma coisa é certa: deverá ser uma audiência bem mais desenvolvida em termos de percepção e assimilação de conteúdo. Com mais discernimento para as muitas escolhas, que agora estão disponíveis. A real interatividade estará condicionada a esse potencial desenvolvido.

Interatividade x Reatividade

Enquanto, a radiodifusão no modelo analógico está baseada em transmissão unilateral de informações, a partir da qual o receptor assimila uma programação inflexível em termos de conteúdos e horários, a plataforma digital proporciona, além da multiprogramação, uma participação mais efetiva por parte da audiência.

A TV interativa pode transformar a sistemática de distribuição massiva (público indeterminado e conteúdo automático) em uma realidade de comunicação real, a partir da qual há possibilidade de influência mútua e simultânea entre emissor e receptor. A palavra interatividade, segundo Luciana Mielniczuk, parte da palavra interação, “ação entre entes” (2001, p.173) e, de uma maneira ou de outra, apresenta-se como base da comunicação humana: participação mútua.

“Na comunicação, o diálogo interpessoal é uma forma de interação. Uma situação em que duas ou mais pessoas colocam-se em contato direto ou através de alguma mediação para participar de uma ação comum, onde todos os sujeitos envolvidos possuem o poder de agir. Para cada ação proposta corresponderá uma reação distinta, modificando o contexto do grupo” (MIELNICZUK, 2001, p.173).

O termo “interatividade” diferencia-se de “interação” por representar uma forma de diálogo técnico, baseado em mediação “analógico-mecânica” ou “eletrônico-digital”. Para André Lemos (1997, p.2), a palavra interação está relacionada ao contato interpessoal e direto chamado por ele “interação social”; enquanto interatividade é “uma

nova qualidade de interação”, influenciada diretamente pelo meio. “Podemos compreender a interatividade digital como um diálogo entre homens e máquinas”.

“Os novos *media* (digitais) aparecem com a revolução da micro-eletrônica [...] Com a micro-eletrônica, as novas tecnologias não vão substituir, simplesmente e linearmente, as anteriores. Antes, elas vão proporcionar convergências e fusões, principalmente no que se refere à informática e às telecomunicações. Os *media* digitais vão agir em duas frentes: ou prolongando e multiplicando a capacidade dos *media* tradicionais ou criando novas tecnologias, na maioria das vezes híbridas” (LEMOS, 1997, p.3).

Em relação aos meios “analógicos-mecânicos” (rádio e televisão convencionais), os *media* digitais rompem, sobretudo, com a maneira de transmitir e receber informações. O modelo “um-todos” (centralizado e padronizado) é convertido em um modelo “todos-todos”, a partir do qual a distribuição e a recepção são descentralizadas e universais. Por outro lado, percebe-se também que veículos como a internet, por exemplo, permitem uma comunicação individualizada e personalizada. Uma relação de “um para um”. Reestruturando as estratégias do diálogo entre “homem e máquina” a partir de bases individualizadas, apesar de universais em termos geográficos.

Cabe, com isso, reavaliar a relação entre “interatividade” e “interação social”, considerando que o diálogo proposto pelo processo de comunicação não possui bases exclusivamente técnicas, é, sobretudo, conversação, troca de idéias e reciprocidade. Com mediação tecnológica ou não, a comunicação em si deve gerar respostas genuínas entre os participantes do processo, ao contrário do que normalmente é proposto pela “interação reativa”⁶, resposta da audiência a um menu de opções preestabelecidos.

De fato, a interatividade deve apresentar, como pré-requisito básico, algumas condições para sua efetiva concretização. Uma das principais é a *condição igualitária* entre os agentes envolvidos, que devem ter a possibilidade de atuar no processo quando bem entender, interrompendo, alterando e construindo o diálogo da maneira que achar necessário. Condição essa que acaba por definir a *imprevisibilidade* das ações no processo de comunicação, principalmente a partir de plataforma baseada em tecnologia digital, já que opera de forma a disponibilizar dados e não transmitir como o antigo processo de radiodifusão. Em outras palavras, além da ampliação do tráfego de sinais em um mesmo espaço, o que torna possível para a televisão utilizar parte da frequência de transmissão residual para enviar, além da programação convencional, dados a uma velocidade bem maior que a de um *modem* utilizado nos computadores conectados à

⁶ PRIMO, Alex. Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo. Trabalho apresentado no GT de Teoria da Comunicação, Intercom, Recife, 1998.



internet, a digitalização favorece a interrupção do conteúdo assimilado pelo telespectador, que agora pode comportar-se como usuário e construir, pelo menos em parte, a sua programação.

“As empresas de televisão conseguiram fazer um acordo para definir padrões e protocolos em HTML para TV, o que permite aos criadores de conteúdo entregar programação em todos os formatos e meios de transporte (analógico, digital, por cabo e satélite) para difusão pela Internet. Com isso a televisão se parece mais com a Internet e a Internet começa a se aproximar da qualidade da TV, com mais interatividade e não rodará exclusivamente em computadores, mas em *laptops*, *palmtops*, celulares, eletrodomésticos, ampliando de forma inimaginável o acesso, a mobilidade, a liberdade de conexão.” (MORAN, 2002, p.3).

Isso, de uma certa forma, muda completamente a “velha maneira” de fazer televisão. O modelo de programação inflexível e linear é alterado tendo como parâmetro a construção de um discurso não-linear e fragmentado, que a partir de agora poderá ser definido por quem o assimila, já que as possibilidades são ampliadas, assim como, o volume e as diferentes necessidades.

Narrowcasting

É inegável o fato que a convergência entre televisão e internet (radiodifusão, telecomunicação e informática) amplia a cadeia de procedimentos técnicos e serviços referentes à produção e à recepção de informações. No entanto, essa nova realidade estrutura um novo contexto para a ação entre homens e máquinas. Uma ação que tem como ponto de contato para intercâmbio: a interface - “lugar de consenso”-, a partir do qual os interesses devem coincidir, para que o fluxo de comunicação possa acontecer de forma dinâmica e interrupta, gerando, por assim dizer, a interatividade. A real interatividade só pode ser realizada quando efetivamente se estruturam as condições de diálogo entre dois (ou mais) pontos interessados.

De uma certa maneira, o novo contexto proposto pelas mídias digitais favorece a liberdade de escolha entre os participantes do processo, ampliando consideravelmente as possibilidades e as formas de configuração material desse contato. Do ponto de vista de quem produz, fica evidente que se torna cada vez mais difícil organizar conteúdos, já que o número de possibilidades e a capacidade de escolhas aumentam.

Em geral, o espaço virtual desmaterializado, considerado como um novo ambiente de troca social e conhecido como ciberespaço, configura um ambiente com uma dinâmica própria de organização, baseada em afinidades. Os grupos que se relacionam nesse espaço efetivamente concluem as transações informativas considerando necessidades

comuns. Por esta razão, vivemos um momento no qual os meios de comunicação se organizam, ou organizam seus conteúdos, a partir de princípios claramente segmentados (públicos dirigidos), que apesar de encontrarem-se em ambientes separados por extensões continentais, apresentam características próprias e identificáveis. Uma situação marcante na passagem do *broadcasting* para o *narrowcasting*.

Conhecer esse público para quem se comunica é essencial para a construção de diálogos pertinentes, estimulando assim a ação, essencial para que haja interatividade.

Interface

No entanto, o que se percebe até então é uma discussão simplificada pelo entendimento técnico e pouco aprofundada em termos de possibilidades expressivas ou construções de conteúdos adequados ao novo contexto de recepção.

A interface, percebida claramente como intermediadora da relação entre homem e tecnologias da informação, pode assumir muitas formas. E em tempos de digitalização, vem se posicionando de forma multifacetada. Steven Johnson, em *Cultura da Interface*, define que, no sentido de manual, “interface consiste em clicar um mouse em certos objetos para ativá-los, clicar em direções para movê-los, clicar e arrastar para interagir com eles” (2001,5). No entanto, em uma definição mais estendida, “interface é na realidade todo o mundo imaginário de alavancas, canos, caldeiras, insetos e pessoas conectadas – amarrados entre si pelas regras que governam esse pequeno mundo” (2001,5). Existe, portanto, uma relação direta entre as tecnologias e a relação humana com o meio ambiente. Relação homem - técnica (ou relação homem – homem mediada pela técnica). Uma mudança tecnológica, muda, por consequência, a forma do homem se relacionar com a informação, já que a comunicação e a linguagem são as bases estruturais da humanidade.

As revoluções industriais e suas rupturas nos padrões tecnológicos de produção marcaram sobremaneira a história da humanidade. Economia, política, cultura e, muito fortemente as relações sociais, foram alteradas por mudanças profundas dos sistemas de armazenamento e distribuição de informações.

Para Pierre Lévy, em seu livro *Tecnologias da Inteligência*, as várias revoluções pelas quais passou a humanidade, alteraram além dos meios técnicos de produção e recepção de dados (fase oral, escrita manual, escrita mecânica, eletrônica e informática) todo o padrão cognitivo humano. Para o filósofo, em contato com diferentes técnicas de inscrição e distribuição de dados, o homem ao longo de sua existência, apresenta



alterações significativas em sua estrutura de aprendizado. As formas de assimilação de conhecimento passam a estruturar-se por parâmetros alterados. Uma mudança que Lévy afirma ser coletiva, como em grupos sociais com características similares.

O momento atual, influenciado pela Internet e que envolve grande parte da população mundial, desenvolve, senão de forma direta, talvez indiretamente, novos padrões de socialização, a partir dos quais novas exigências e situações práticas do cotidiano modificam valores e rotinas da população. Seja em seu envolvimento sócio-cultural, ou mesmo, educacional, já que essas tecnologias envolvem a distribuição de conhecimento.

A interface talvez seja parte importante nessa transformação. Mudanças na maneira de assimilar informações devem ser acompanhadas por transformações na forma de organizar conteúdos. O hipertexto estrutura o universo informativo de hoje a partir de referências poucos usuais para os hábitos adquiridos nas antigas mídias. Para Lúcia Santaella, em *Navegar do Ciberespaço*, é preciso

“dilatarse sobremaneira nosso conceito de leitura, expandindo esse conceito do leitor do livro para o leitor da imagem e desta para o leitor das formas híbridas de signos e processos de linguagem, incluindo nessas formas até mesmo o leitor da cidade e o espectador de cinema, TV e vídeo [...] visto que as habilidades perceptivas e cognitivas que eles desenvolvem nos ajudam a compreender o perfil do leitor que navega pelas infovias do ciberespaço” (2004, p.17).

O grande fluxo de informações deve apresentar-se oferecendo possibilidades de “navegação” inteligente, não mais linear e contínuo (ou até mesmo óbvio e automático), mas seguindo uma tendência de ampliação do universo de cognição e interação.

Reforçando, de preferência, o sentido de liberdade e conforto individuais.

“Podemos compreender a interatividade digital como um diálogo entre homens e máquinas, através de uma ‘zona de contato’ chamada de ‘interfaces gráficas’, em tempo real. A tecnologia digital possibilita ao usuário interagir, não mais apenas com o objeto (a máquina ou a ferramenta), mas com a informação, isto é, com o ‘conteúdo’. Isso vale tanto para uma emissão da televisão interativa digital, como para os ícones das interfaces gráficas dos microcomputadores (Windows, por exemplo). A interação homem-técnica (analógica ou digital), tem evoluído, a cada ano, no sentido de uma relação mais ágil e confortável” (LEMOS, 1997, p.3).

Compreender as transformações sofridas por esta “zona de contato” torna-se essencial para a experimentação de novas possibilidades na televisão digital aberta, ampliando não apenas a interação com banco de dados, mas, a formatação de novas linguagens e construções audiovisuais.



Hipermídia

O suporte *multimídia* possibilitou a integração, em um único ambiente, de dados, textos, sons e imagens, com isso fez surgir a linguagem *hipermidiática*, que na verdade, é uma hibridização de linguagens, uma mistura de sentidos receptores. Para Santaella, “a digitalização permite a organização reticular dos fluxos informacionais em arquiteturas hipertextuais” (2004, p.48).

O hipertexto passa a ser a base de organização dessa nova linguagem. “Hiper, não seqüencial, multidimensional que dá suporte a infinitas opções de um leitor imersivo” (Santaella: 2004, 49). Esse leitor, que tinha como herança a captação de informações de uma forma mais contemplativa, assimilando páginas em seqüência, transforma-se de espectador para usuário “em estado de prontidão, conectando-se entre nós e nexos, num roteiro multilinear, multisseqüencial e labiríntico que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentação, música, vídeo etc.” (SANTAELLA, 2004, 33)

Os nós e nexos são elementos mínimos de construção de um hipertexto - formado por uma rede de associações múltipla e complexa, que na verdade, ganha uma forma adequada ao contexto em que está inserida.

“Um nó pode ser um capítulo, uma seção, uma tabela, uma nota de rodapé, uma coreografia imagética, um vídeo, ou qualquer outra subestrutura do documento. É muito justamente a combinação de hipertexto com multimídias, multilinguagens, chamando-se de hipermídia”. (SANTAELLA, 2004, 49)

Ampliando esse conceito, observa-se que muito já vinha sendo experimentado na literatura e na produção audiovisual como um todo. A ampliação da capacidade cognitiva ligada à compreensão de um universo maior de possibilidades - distribuídas a partir de pressupostos, aparentemente, desconexos-, está presente em narrativas não lineares, há algum tempo trabalhadas como formas de expressão pouco convencionais, contudo, amplamente difundidas. Tais experimentos são essenciais para a análise e o entendimento das habilidades cognitivas desenvolvidas pelo acesso aos labirintos hipermidiáticos.

Interface Audiovisual

A gramática do audiovisual evidencia uma linguagem baseada no *mix* entre narrativa (convencional ou não) e imagens. Marco Antônio de Almeida, em seu artigo *Imagens & Letras: considerações acerca das relações entre livros, leitura e cinema*, descreve as

mudanças acontecidas no período inicial do cinema (1895 a 1908) e sugere um “exercício de ignorância”, na tentativa de compreender o choque sofrido “por quem jamais havia visto uma imagem em movimento” (2004, p.3). As produções eram “curtas, estruturadas em um ou mais planos autônomos, dispostos como se fossem números de variedades” (2004, p.3). Além da forte tendência ao espetáculo, herança da gestualidade exagerada do teatro, visão estática de um só plano (ponto de vista do espectador), o “olho da câmera”, nesse momento, cumpria o papel apenas de registrar a realidade, a partir de uma seqüência de cenas que evoluíam cronologicamente, “uma sucessão de quadros, entrecortados por letreiros que apresentavam diálogos e outras informações” (2004, p.4). Neste momento, o cinema não apresentava uma estrutura narrativa forte (mais complexa).

O cinema narrativo, cuja preocupação passa a ser contar histórias, a partir de 1910, estrutura uma linguagem própria. A construção de espaço e tempo homogêneos ajuda a transportar o espectador a um mundo imaginário, no qual

“dispositivos de montagem invisível e a proibição de olhar para a direção do espectador, atuam no sentido de disfarçar as marcas de enunciação e a presença física do espectador [...] É um cinema dominado agora por uma forte tendência à narração, que estrutura outra configuração da mensagem e outra experiência de recepção” (ALMEIDA, 2004, p.4).

Mudanças significativas na gramática cinematográfica marcam essa nova relação com o espaço e tempo. Em um primeiro momento, a câmera deixa de ser fixa, com ênfase em um único ponto de vista da mesma cena, passa a explorar o espaço em torno da cena e captar seqüências simultâneas (campo e contra-campo). Outro aspecto é a fragmentação do espaço.

“A câmera não apenas se desloca pelo espaço como também o recorta: filma fragmentos amplos, pequenos ou detalhes. Desse modo, o ato de filmar pode ser visto como um ato de recortar o espaço em imagens, a partir de um determinado ângulo, com uma finalidade expressiva” (ALMEIDA, 2004, p.4).

As mudanças em relação ao tempo, em especial a diferenciação entre o tempo científico (medido, cronometrado) e o tempo da percepção (psicológico), são evidenciados por essa nova gramática audiovisual através de recursos de “câmera lenta em oposição à rápida; a interrupção ou a inversão do movimento; a contração e a dilatação do tempo (*flash-back/ flash-forward*)” (ALMEIDA, 2004, p.5). Na verdade, torna-se evidente uma modificação geral em torno na linguagem cinematográfica, que passa a evidenciar seu conteúdo expressivo em torno das escolhas pré-definidas por parte dos produtores,

resultando em uma “ilusão de realidade” baseada, por analogia, na imaginação humana. “O cinema, ao invés de obedecer às leis do mundo exterior, obedece às da mente” (ALMEIDA, 2004, p.5). Proporcionando uma percepção confortável da realidade descrita pela cena, aumentando, com isso, o poder de ilusão e encantamento do espectador.

Em um momento posterior, o cinema é influenciado pelo vídeo, com sua linguagem fragmentada e ágil. O surgimento de equipamentos portáteis, mais leves, para a captação de imagens, o *videotape* na edição e as influências do cinema experimental, foram fatores essenciais para a autonomia da produção em vídeo, que iniciou uma estética própria, muito próxima da linguagem usada na publicidade. Por outro lado, a escolha de planos, preocupações estéticas de enquadramento, iluminação e montagem, separação das fases de pré-produção, produção, pós-produção etc., ajudam a aproximar consideravelmente o que é produzido na televisão de uma linguagem cinematográfica.

Conclusões Preliminares

Hoje, observa-se claramente a convergência entre as diversas possibilidades audiovisuais. O que não acontece exclusivamente sob um prisma técnico, mas, sobretudo, acentuando transformações no que tange a sua gramática. Vicente Gosciola, em *Roteiro para as Novas Mídias*, busca uma associação preliminar entre os elementos da roteirização no audiovisual e as produções para hipermídia (interatividade, a navegação não-linear e a automação).

Novas tecnologias de comunicação e de informação, ou novas mídias, abriram-se também para as possibilidades de contar histórias. Assim como no caso do cinema, no período inicial do contar histórias através das novas mídias, as histórias eram mais simples. Porém, agora, elas são contadas de maneira complexa, isto é, graças aos recursos das novas mídias, podem ser apresentadas por diversos pontos de vista, com histórias paralelas, com possibilidades de interferência na narrativa, com opções de continuidade ou descontinuidade da narrativa e muito mais. E não há mais condição de chamar simplesmente de leitor aquele que tem contato com uma história estruturada pelas novas mídias. Comumente, ele é chamado de usuário.” (GOSCIOLA, 2004, p.2).

Percebe-se, portanto, que a interface, ponto de contato para intercâmbio entre homem e máquina, pode assumir diversas formas. Nas mídias convencionais, a estrutura narrativa possuía em linhas gerais uma base linear e automática (de simples recepção passiva), no entanto, “contar por narrativa direta uma história multimídia é diferente de tudo aquilo que se edita nas mídias tradicionais, porque a história é construída de diversas maneiras e considera diferentes pontos de vista” (GOSCIOLA, 2004, p.3). Sua base é formada por uma narrativa não-linear e interativa.

Marco Antônio de Almeida, ao analisar o que caracterizou como “narrativa hipertextual”, buscou no filme *A Última Tempestade*, de Peter Greenaway (adaptação da obra de William Shakespeare, *A Tempestade*), característica do hipertexto. Sobreposições e cruzamentos de cenas que revelam a intertextualidade existente no filme. “As cenas são intercaladas por vinte e quatro livros – podemos considerá-los como vinte e quatro hipertextos”. (2004, p.9)

Greenaway filia-se a essa perspectiva das taxonomias desconcertantes, dos jogos ficcionais com a realidade que questionam seus sentidos enganadores. Utilizando-se dos recursos tecnológicos mais recentes, *A Última Tempestade* estabelece um diálogo com a tradição — o imaginário cultural e o sistema de conhecimento do período de transição entre o Renascimento e o Barroco, personificados em Shakespeare. Ao mesmo tempo, Greenaway configura também uma nova relação entre cinema e literatura: longe de ser uma mera adaptação “fiel” ao original, o filme retoma a obra como um verdadeiro mosaico hipertextual de imagens, vozes, livros e citações. (ALMEIDA, 2004, p.9)

As mudanças na produção audiovisual, definidas a partir da introdução das tecnologias digitais e somadas ao poder de maior interação por parte de quem assimila informações, trazem à tona novas rotinas produtivas fundamentadas, sobretudo, em função do maior poder de escolha que a audiência passa a ter agora. No entanto, paralelo a essa realidade, as tecnologias baseadas na informática têm o poder de remodelar a expressão narrativa, transformando “narrativas convencionais” em “narrativas virtuais”, a partir das quais o leitor adquire um papel mais ativo, baseado em múltiplas possibilidades de construção da realidade e do conhecimento.

“Muitas das histórias contemporâneas canalizam nossa atenção para a forma como a história é contada, colocando em juízo a figura do narrador, convidando-nos a avaliar suas opções narrativas. Embora algumas vezes essa estratégia perturbe o leitor, por outro lado pode também ser interpretada como a efetivação de uma verdadeira ‘obra em aberto’, um convite para a participação no próprio processo criativo. Mas, embora as potencialidades estejam visíveis, esse processo está em seus primórdios, tendo que se defrontar com restrições que a própria tecnologia ainda não conseguiu driblar” (ALMEIDA, 2004, p.12).

A grande flexibilidade, apresentada por essa nova forma de construção hipermediática, influencia diretamente a recepção de dados informativos, seja com base em experiências mais antigas - os livros e sua divisão por capítulos, os cadernos e as editoriais nos jornais -, ou mesmo modelos mais recentes - a convergência entre *broadcasting* e *datacasting* e a construção de novas possibilidades narrativas para o cinema e, principalmente, para a televisão. Visto que, talvez, a audiência da TV aberta ainda não esteja preparada para uma transformação tão profunda. E, sobretudo, tão rápida.



Referências Bibliográficas

ALMEIDA, M. A. **Imagens & Letras: considerações acerca das relações entre Livro, Leitura e Cinema.** In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004, Porto Alegre. Intercom 2004/Anais 2004, 2004.

BOLANO, César; VIEIRA, Vinícius Rodrigues. **TV digital no Brasil e no mundo: estado de arte.** Revista *Las Tecnologías de la Informática y Comunicación*. Vol. VI, nº 2, Maio – Agosto de 2004. Disponível em: <http://www.eptic.com.br/Acesar - Vinicius.pdf>> Acessado em: 2 de maio de 2007.

BRIGGS, Asa. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet** [Trad. de Maria Carmelita Pádua Dias; Revisão técnica de Paulo Vaz]. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

DIZARD Jr., Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação.** [Trad. de Antônio Queiroga e Edmond Jorge] Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as Novas Mídias.** In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004, Porto Alegre. Intercom 2004/Anais 2004, 2004.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar** [Trad. De Maria Luísa X. De A. Borges} Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

LEMONS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo.** Sobre interatividade e interfaces digitais. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemons/interativo.pdf>> Acessado em: 24 de abril de 2007.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência - o futuro do pensamento no era da informática.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

MIELNICZUK, Luciana. **Considerações sobre interatividade no contexto das novas mídias.** In: LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos (org.). *Janelas do Ciberespaço: comunicação e cibercultura.* Porto Alegre: Sulina, 2001.

MORAN, José Manuel. **A interatividade na Televisão e nas Redes Eletrônicas.** Relatório de pesquisa para o CNPq. Julho 2002. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/prof/moran/interativ.htm>> Acessado em: 22 de abril de 2007.

PRIMO, Alex. **Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva.** *Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo*, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003.

_____. **Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo.** Trabalho apresentado no GT de Teoria da Comunicação, Intercom, Recife, 1998.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo.** São Paulo: Paulus, 2004.

SOBRE A ABTA. Disponível em <http://www.abta.org.br/site/content/abta/index.php>> Acessado em 14 de maio de 2007.