



## **Especificidades Midiáticas e Convergência Digital: Estranhamentos dos Meios<sup>1</sup>**

Cleomar Rocha<sup>2</sup>

Rafael Franco Coelho<sup>3</sup>

Universidade Federal de Goiás

### **RESUMO**

O artigo discute as especificidades das mídias impressa e eletrônica, relacionando tais diretrizes com a capacidade computacional de convergência a mescla destas. Discute, em seguida, como o computador tem sido utilizado na descaracterização das mídias, mas não avança em suas próprias especificidades. De outro lado, como as mídias impressa e eletrônica se deixam contaminar pelo primado computacional, em níveis acentuados de referência a ele. Por fim o artigo advoga o uso crítico e colaborativo das mídias, na construção de mensagens.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação, mídias, convergência.

### **INTRODUÇÃO**

Os sistemas computacionais são responsáveis pela chamada convergência midiática, ao reduzirem toda e qualquer informação baseada naquele sistema em base numérica, não importando se a informação tem sua gênese na linguagem verbal, visual ou sonora. O lastro do pensamento de Turing, considerado pai da informática, permanece, na simplificação de todo elemento a simples presença ou ausência, ou 1 e 0. Tal característica faz dos sistemas computacionais o ambiente característico da simulação, visto que, além de suas funções basilares, o sistema simula as outras mídias. Contudo, ao fazê-lo, há a manutenção de seus aspectos formais e constituintes, e não exatamente os aspectos formais e constituintes das mídias simuladas. Com isto pretende-se dizer que ao simular um material impresso, por exemplo, há a perda das características peculiares da mídia impressa, como portabilidade, maleabilidade, baixa obsolescência, formatos distintos, dentre outras. Tais aspectos não são considerados,

---

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

<sup>2</sup> Pós-doutorando em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (PUC-SP), Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), professor Adjunto da Faculdade de Artes Visuais da UFG, e-mail: cleomarrocha@gmail.com

<sup>3</sup> Mestre em Artes (Unicamp) e professor Assistente da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFG, email: rafaelcoelho@facomb.ufg.br



mas tão somente a base da informação, a despeito do suporte que caracteriza a noção de mídia como meio.

Neste tocante, se o que caracteriza a mídia não é, de fato, a informação, mas o meio sobre o qual a informação repousa para trafegar entre os pólos de emissão e recepção, coloca-se em evidência a questão do que, de fato, os sistemas computacionais simulam. Refletir sobre o assunto faz emergir outras questões, legitimamente trazidas pela mídia computacional, quais sejam, a compreensão do que seja mídia e suas caracterizações na pragmática da comunicação. É este o desafio deste artigo, que ao não pretender novo, se lança a pensar a definição e caracterização das mídias, na tentativa de recuperar seus usos próprios, bem como suas articulações na constituição da mensagem comunicacional. Entrementes, há de apontar para o fato que não se pretender esgotar o tema, antes aticá-lo à luz de novas propostas de uso, como na emergente educação a distância.

## **MÍDIAS**

A Teoria da Informação postula, desde a sua concepção, que há seis elementos fundamentais em sua constituição, a saber, o emissor, a mensagem, o código, o canal ou meio, o contexto e o receptor. Situa-se aí, em uma primeira visada, a identificação do chamado canal ou meio, traduzido pelo contexto da comunicação contemporânea por mídia, com todas as especificidades que o termo adquiriu ao longo do tempo, bem como suas variantes, como mass media ou mídia de massa, que passa a identificar não apenas o meio, mas também a base unilateral do sistema comunicacional. Contudo, não se perde de vista a noção de meio ou mídia como o elemento que possibilita o contato entre os pólos emissor e receptor. Neste sentido torna-se correto, como define Pierre Levy considerar mídia como "suporte da informação e da comunicação" (1999, 64) , a exemplo de mídias DVD, CD ou mesmo papel. Umberto Eco se refere ao ar como meio ou canal da comunicação falada (1968). É neste contexto ampliado que o termo adquire variantes, como canal, meio, medium - forma latina no singular - e media - plural de medium.

Os cursos de Comunicação Social, responsáveis pela formação em nível superior dos profissionais de comunicação - Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Rádio e TV, Cinema e Relações Públicas, Produção Editorial, além das novas formações da área - definem e classificam as mídias como impressa, eletrônica e alternativa, esta última



relacionada a mídias não tradicionais, como outdoor, busdoor, dentre outras. Os sistemas computacionais receberam a denominação de TICs - Tecnologias da Informação e da Comunicação -, sendo uma mídia de convergência, caracterizada como eletrônica, mas capaz de simular quaisquer outras. Contudo há de se atentar para as especificidades das condições materiais de apresentação, definidas por aspectos pontuais e materiais dos suportes onde se assentam as informações. Neste sentido seria mais sensato pensar que os sistemas computacionais alteram as condições materiais de apresentação, daí a simulação, com as devidas mudanças em relação ao meio ou media. Há de se apontar, de outro modo, o trato com a informação, ordenando-a de modo a sugerir os meios simulados ou tratando-a de modo específico, na forma, por exemplo, de informações em estrutura hipertextual e/ou interativa.

De modo mais pontual, façamos uma breve explanação sobre os mais importantes meios de comunicação, bem como sua caracterização e uso, o que nos permitirá ponderações mais oportunas.

## **MÍDIA IMPRESSA**

Existem duas formas de classificar a mídia impressa: dividi-la em categorias de produtos ou agrupá-la em dois grandes grupos, como impressos comerciais e editoriais (periódicos). Enquanto esta última diferencia os impressos no que diz respeito à frequência de sua publicação, o primeiro os divide em categorias como o jornal, revistas, livros, cartazes, folders, panfletos, catálogos, dentre outros. Impressos comerciais remetem a produtos produzidos ocasionalmente, como catálogos, brochuras, folhetos, cartões de visitas, etc. Impressos editoriais são produzidos periodicamente, como jornais e revistas.

A mídia impressa se define como um meio de comunicação de baixa obsolescência, devido as características físicas do suporte impresso, o papel. Cada segmento de mercado possui signagens e características próprias. Jornais publicam notícias e anúncios, mensagens jornalísticas e publicitárias que mudam diariamente. Já livros contêm informações científicas e acadêmicas com outra dimensão temporal. Segundo McLuhan (1964, 245) “como formas ou meios, o livro e o jornal parecem ser verdadeiros exemplos de completa incompatibilidade, e sua força está no meio e não na mensagem”.



POLISTCHUK (2003, 162-163) afirma que a mídia impressa é comunicação diferida, seqüencial e linear, “porque podem transcorrer décadas entre a emissão e a recepção de uma mensagem [...] Os discursos podem ser apartados das circunstâncias de produção e a atribuição de sentido é requisito essencial ao processo da comunicação”.

As principais características da mídia impressa são a portabilidade, maleabilidade, uniformidade, reprodutibilidade, ergonomia e os diversos tipos de formato. Para McLuhan (1964, 39) “ela prolonga um único de nossos sentidos em alta-definição, com alta saturação de dados, não deixando muita coisa a ser preenchida pelo leitor [...] permite menos participação pois o conteúdo da imprensa é a própria fala”, apesar disso, quando lemos, é possível imaginar uma trilha sonora para a palavra impressa.

Além disso, SELDES (1971) acrescenta outras características da mídia impressa, como a exigência da faculdade de leitura, que ela usualmente é aprendida individualmente, sua recepção em pequenas doses, difusão relativamente lenta, a possibilidade de ser relida e conferida, a produção relativamente barata, mas dispendiosa para o consumidor e que ela é criada para minorias de dimensões variáveis.

## **MÍDIA ELETRÔNICA**

Telefone, cinema, rádio e televisão fazem parte do universo das mídias eletrônicas. Para McLuhan (1964) a mídia impressa, o rádio e o cinema são meios quentes, enquanto o telefone e a televisão são meios frios. Um meio quente é a extensão de um dos nossos sentidos, com grande quantidade de informações e dessa forma permite menor participação. Um meio frio envolve vários de nossos sentidos simultaneamente, pequena taxa de dados com conseqüente aumento de participação. Quase todas as tecnologias e entretenimentos que se seguiram a Gutenberg tem sido meios quentes, fragmentários, orientados no sentido do consumo e não da produção.

SELDES (1971) afirma que a mídia eletrônica não requer um treino especial, que ela usualmente é aprendida em companhia, é recebida em grandes doses, sua difusão é muito rápida, de modo geral não permite reobservação, sua produção é muito cara, mas relativamente barata para o consumidor e que ela é criada para as maiorias.

O telefone é a extensão e amplificação do ouvido e da voz (tele = a distância), sendo considerado um meio de baixa definição porque fornece uma baixa quantidade de informação e dados. Sendo assim, no telefone, o ouvinte tem esta abertura para



preencher o espaço não ocupado por uma imagem auditiva pobre. O ouvinte não consegue visualizar enquanto fala pois o telefone exige a participação de todas as faculdades e sentidos para reforçar e complementar as poucas informações fornecidas (McLuhan, 1964).

O cinema e a literatura tem estreita relação, sendo possível afirmar que o conteúdo do cinema é o próprio romance, sendo concorrente direto do livro. O filme, o roteiro e o script recorrem constantemente a forma do livro. Escritores e cineastas tem a missão de transportar o leitor e o espectador para "mundos" criados pelo universo particular da escrita e do filme. O cinema tem a capacidade de registrar e exibir uma grande quantidade de informação. Numa mesma tomada, ele permite a visualização e a formulação narrativa de uma paisagem rica em detalhes que exigiriam diversas páginas impressas para essa mesma descrição. A imagem do filme apresenta muitos milhões de dados por segundo, mesmo quando a qualidade da fotografia é pobre (McLuhan, 1964).

Segundo BRIGGS (2004, 171) O cinema “provou ser tão bem adaptável como o romance em que se baseava [...] uma nova platéia de massa se formava por causa dos filmes, platéia muito maior que a do teatro”, com quem esta mídia concorre, além do próprio livro.

Quando ouvimos o rádio, é possível imaginar um acompanhamento visual pois ele permite sua transformação em pano de fundo, uma quase trilha sonora. O rádio sofreu profundas transformações a partir dos efeitos da televisão, transformando-o de um meio de entretenimento para um sistema nervoso da informação. Com a TV, o rádio passou a ter liberdade de diversificação, prestando serviços locais e regionais com notícias, hora certa, informações sobre o tráfego e sobre o tempo que servem não só para informar mas para envolver as pessoas umas com as outras, num sentimento comunitário. O rádio provoca uma aceleração da informação que também se estende a outros meios de forma descentralizadora e pluralística, em sintonia com a multiplicidade de aparelhos nos quartos, banheiros, cozinhas, carros e agora bolsos (McLuhan, 1964).

A televisão é a extensão do tato ou a inter-relação de todos os sentidos envolvidos no mundo sensorial. A TV não funciona como pano de fundo, ela envolve, com ênfase na participação e profundidade. Segundo McLuhan "O comportamento da TV é inexplicável para as pessoas condicionadas pelo meio quente do jornal, que vive do conflito de opiniões e não do envolvimento em profundidade numa situação" (1964, 347). A TV afetou profundamente as outras mídias desde seu surgimento, tanto economicamente quanto no uso da linguagem. Sua imagem apresenta baixo teor



informacional, pois não se trata de uma tomada parada, nem fotográfica, e sim de um mosaico de três milhões de pontos por segundo formando a imagem-chuveiro, descontínua, assimétrica e não linear, numa trama de pontos de luz e sombra. McLuhan (1964) afirma que a imagem da TV exige uma participação convulsiva e tátil, porque a tatilidade é a inter-relação dos sentidos.

Após o surgimento da mídia computacional e da tão falada convergência midiática, as mídias eletrônicas sofreram grandes transformações. A televisão passa a fazer transmissões ao vivo via web, enquanto é possível escolher e assistir a programas na internet em websites como o YouTube, isso sem falar na TV digital que promete maior interatividade. O cinema também se transforma do formato analógico para o digital, os telefones se tornam portáteis e passam a utilizar a rede mundial de computadores através da telefonia VoIP, além do surgimento de estações de rádio web.

## **MÍDIA COMPUTACIONAL E CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA**

Ainda segundo McLuhan (1964, 199) "um novo meio nunca se soma a um velho, nem deixa o velho em paz. Ele nunca cessa de oprimir os velhos meios, até que encontre para eles novas configurações e posições". Talvez a fala de McLuhan explique, ao menos em parte, porque o advento da telemática reconfigura a noção de mídia, a partir da festejada "convergência de sistemas de comunicação e tecnologias da informação" (STRAUBHAAR, 2004, 2), processo acelerado pela sociedade da informação. o próprio termo telemática, criado nos anos setenta do século passado pelos franceses Nora e Minc, afirma Straubhaar, diz desta convergência, ao "descrever as implicações da combinação entre tecnologias de computação e telecomunicação" (2004, 2).

Quando, nos anos trinta do século XX, Alan Turing propôs a simplificação de todos os problemas em uma base comum, ele propôs uma máquina que processaria esta base, resolvendo os problemas ali propostos. Era o início da informática, a gênese dos sistemas computacionais baseados na simplificação de 0 e 1. Todas as informações digitais estão codificadas neste processo, cuja ordenação ou sequenciamento definem a própria informação. É neste sentido que as informações estão virtualizadas nos códigos digitais, sofrendo atualização quando são visualizadas nas interfaces computacionais, sejam físicas como nos sistemas hápticos, sejam gráficas nas interfaces gráficas, sejam sonoros... A convergência dos sistemas tem sua base na estrutura comum basilar das



informações processadas pelo computador. Isto quer dizer que a convergência diz das informações conformadas em determinados meios, não exatamente dos próprios meios, que não perdem suas características básicas, embora precisem de reacomodação em relação a informação, como já o disse McLuhan.

Há de se apontar, neste quesito, dois aspectos da mídia contemporânea: o meio digital enquanto código binário que veicula a informação ao transitar por cabos e ar, e a base física que suporta tais dados numéricos, como CDs, DVDs, HDs, cabos e outros. Todos são mídias, como o é o ar que conduz a vibração sonora de um ponto emissor a um ponto receptor. Temos, neste aspecto, a mídia computacional como nova mídia, e não a junção de várias outras. Convergência, é preciso esclarecer, vem do verbo convergir (dirigir-se para o mesmo ponto, afluir - digitalizado no padrão binário), e não de converter (transformar, mudando o seu estado, sua forma ou propriedade - na digitalização não se perde o elemento primeiro, faz-se surgir o espelho digital).

Seria oportuno confrontar, por exemplo, as idéias do fim do livro ou de revistas e jornais. Vários pesquisadores previram o cenário apocalíptico para o meio impresso, mesmo quando surgiu a fita cassete, de áudio, quando pesquisadores diziam que seria mais fácil ouvir os livros falados que ler. Erraram o alvo, como parecem errar quanto ao fim do livro. Já jornais e revistas, bem, caberia uma atenção maior, face a característica de obsolescência da própria informação. Jornais diários e revistas semanais, mesmo quinzenais ou mensais, cuja base de informação é tornada obsoleta com rapidez, tendem a encontrar melhor acomodação em mídias que as observem neste quesito. A tendência seria a redução de jornais e revistas impressas e sua migração para sistemas computacionais - a Internet -, que responde de melhor forma aos anseios e necessidades deste meio, principalmente em relação a notícia. Certamente alguns outros elementos, como a mobilidade e a ergonomia ainda pesam em favor da mídia impressa, mesmo com a movimentação da cena contemporânea registra, de fato, a redução de jornais e revistas impressas e sua transferência para a mídia computacional. Já livros possuem uma manutenção maior, são menos obsoletos, como a própria informação que eles apresentam. Neste sentido enxerga-se uma aderência maior das informações mais duradouras em formatos impressos, igualmente mais duradouros. Certamente e-books ou livros eletrônicos ainda dirão a que vieram, mas as constantes alterações de padrões tecnológicos já indica possíveis problemas para o formato. As indicações técnicas parecem sorrir para soluções adotadas em alguns congressos, como a COMPÓS, cujos



anais gerais são disponibilizados em mídia digital e os textos mais relevantes são publicados em formato impresso, livros.

## **DE CONFUSÕES E ATROPELOS: A PRÁTICA**

Abraham Moles, em seu *A Teoria da Informação e Percepção Estética* define a informação a partir de duas dimensões, a saber as três dimensões espaciais e a dimensão temporal. Ao argumentar sobre os canais, ou mídia como aqui chamamos, o autor defende a relação entre os canais de transporte espaciais, "que levam a mensagem de um lugar X a um lugar Y (rádio, telefone, televisão)" (1978, 33), e canais temporais "que a transportam de uma época t a uma época t + T (disco, fotografia, cinema, etc.)" (1978, 33). Moles, nesta argumentação, estabelece uma relação singular da caracterização da mensagem com a caracterização do canal, visto que no mesmo texto o autor sustenta que um discurso se caracteriza enquanto informação pela dimensão temporal, já o canal que o sustenta é espacial. De outro lado a fotografia, caracterizada como informação baseada em duas dimensões espaciais, encontra seu canal sustentado pela dimensão temporal. Instaurando um pensamento lógico a partir destes argumentos pode-se dizer que toda comunicação se vale na e pelas dimensões espaço-temporais, embora haja a possibilidade de distinção da informação e do canal, no que se refere a caracterização por dimensões. E em assim sendo o caráter de obsolescência pode se vincular tanto a informação quanto ao canal que a sustenta. Informações ágeis que se perdem no tempo, como as de um aviso do prato do dia, estariam melhor assentadas em canais cuja abrangência asseguraria os resultados esperados, mas também pudessem se equiparar com a obsolescência do canal, como informações baseadas no tempo. A mídia locativa, definida pela espacialidade, igualmente encontraria bons exemplos se articuladas com canais assentados nesta lógica. A informação discursiva, baseada em uma única dimensão espacial, se texto, mantém-se na dimensão espacial do canal, se pensarmos na tecnologia *bluetooth*.

Há de se atentar, contudo, para a permanência ou efemeridade da informação e da mídia que a transporta. Não que não se possa estender a existência de uma mensagem em uma mídia mais duradoura, mas pela lógica que mantém a própria necessidade de permanência de uma em relação a outra. Em outros termos, uma promoção relâmpago em um supermercado está muito bem assentada em uma mídia baseada no tempo: o serviço de autofalantes do mercado (a classificação do serviço como mídia locativa diz





da abrangência do canal e da característica semântica da informação, e não das dimensões espaciais de que fala Moles).

## CONCLUSÃO

Estas relações estão, como se verifica, pouco claras na pragmática comunicacional, mesmo na prática da construção dos produtos da comunicação, notadamente quando falamos sobre mídia digital. O caráter espacial e temporal desta mídia promove, sem o querer, tais confusões, e é bastante comum verificar mensagens mais propensas a mídia impressa serem destinadas ao meio digital e vice-versa. No ensino a distância os equívocos se avolumam, em evidentes desvios das funções e características das mídias, sob o argumento da dita convergência midiática. Será preciso retomar o fundamento da informação e da comunicação, como se propôs aqui, para que se defina os usos destes meios, na clara noção de que a mídia digital não substitui as mídias anteriores, antes cria novas orientações e possibilidades de veiculação das várias mensagens que povoam a semiosfera (cfe. WATZLAWICK, 1996) contemporânea.

## REFERÊNCIAS

- ECO, Umberto. **Obra Aberta**. Trad. Giovanni Cutolo. São Paulo: Perspectiva, 1968. (Coleção Debates)
- LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 1999.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MOLES, Abraham. **Teoria da Informação e Percepção Estética**. Trad. Helena Parente Cunha. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro; Brasília: EdUnB, 1978.
- POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- SELDES, Gilbert. "REVOLUÇÃO NAS COMUNICAÇÕES". In: Carpenter, Edmund; McLuhan, Marshall; Birdwhistell, Ray L (Org.). *Revolução na comunicação*. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.
- STRAUBHAAR, Joseph; LAROSE, Robert. **Comunicação, Mídia e Tecnologia**. Trad. José Antonio Lacerda Duarte. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- WATZLAWICK, Paul; BEAVIN, Janet H.; JACKSON, Don. **Pragmática da Comunicação Humana**. São Paulo: Cultrix, 1996.