



A Gota Grávida: atmosfera imaginal contemporânea para a TV Digital e o novo telejornalista.¹

Marliva Vanti Gonçalves

Diretora do Centro de Ciências da Comunicação da Universidade de Caxias do Sul,
Caxias do Sul, RS.

Resumo: As perspectivas imagéticas contemporâneas para a comunicação e a cultura apontam um caminho para a formatação de novos módulos audiovisuais na TV Digital. A aproximação entre áreas antes diferenciadas devem criar um telespectador com perfil de jogador de games e um telejornalista capaz de transitar transdisciplinarmente. Instituições de ensino e emissoras de televisão devem reinventar-se, buscando formação adequada a um entorno audiovisual mais aberto, fluido e rápido.

Palavras-chave: TV Digital; telejornalismo; comunicação; cultura.

Se a cultura engendra os mecanismos tecnológicos que depois irão modificá-la ou se teríamos que pensar sob a ordem inversa, parece-nos irrelevante nesse momento em que se discutem os rumos de uma situação já acomodada como vital (uma das melancias na carroça: aquela que ainda não encontrou seu lugar exato, mas que está lá).

Esta “melancia” ou ponto pacífico reside no conceito de Outro cultural/tecnológico (CANCLINI, 2006). Ele está presente também nas áreas ligadas à Comunicação, em especial naquela que se refere à televisão e aos meios audiovisuais. Esse “Outro”, o estranho, na verdade já foi engolido e digerido a partir mesmo de suas entranhas. Ou seja: se formou de partes sobreviventes de uma antiga e de uma nova maneira de ver e de pensar o mundo. Não tem, absolutamente, a concretude de um 'frankenstein', mas é líquido (BAUMAN, 2001), é fluido (SANTAELLA, 2007), é uma espuma (bolha, globo, como em SLOTERDIJK *apud* SANTAELLA, 2007).

Esse Outro superou a dualidade para raciocinar em termos mais complexos (MORIN, 1984), e encontrou respaldo na história cultural e social da América Latina, com seu barroquismo, sua miscigenação, sua vocação para a oralidade e o visual (MARTIN-BARBERO, 2001). Esse Outro é nosso conhecido/desconhecido, como a imagem no espelho de Lacan (*apud* CESAROTTO, 1996). Ainda inominável, enquanto se estudam novos gêneros e formatos para a televisão, enquanto se tenta criar uma nova teoria para os meios e para o audiovisual; mas repleto de perspectivas, de potencialidades, como uma grande gota grávida.

¹Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do Intercom 2009 - Curitiba



Para garantir ao público 'módulos televisivos' (segundo a proposta de BARBOSA e CASTRO, 2005) de qualidade (segundo o que se entende por 'Quality Television' em MACHADO, 2000), o imbricamento entre a cultura e a tecnologia precisa ser levado em conta, bem como outras tantas 'lexias' (em LEÃO, 2005, palavra usada como substituta para o vocábulo 'nós' – unidades de informação que contêm vários tipos de dados), como a convergência midiática (VILCHES, 2003) , o entrelaçamento entre diferentes áreas do conhecimento (ideia dos círculos tangentes, em MACHADO, 2007), e a interface gerada a partir da migração do analógico para o digital. Migração esta que está se dando no mesmo sentido que antes aplicou-se à linguagem dos meios: foi, ao mesmo tempo, antropofágica (no sentido de que aproveitou-se de características culturais latino-americanizantes para conservar aspectos do antigo modelo) e digestiva (porque permanece em constante processo de efervescência e ebulição).

Nesse contexto, a televisão parece-nos o meio onde o processo de estranhamento e encontro dá-se de modo exemplar. Desde seu início, considerando 1950, Brasil, o meio buscou em outros o estabelecimento de sua linguagem. Rádio, fotografia, cinema, teatro, circo, emprestaram à TV parte de sua constituição sonora e imagética (MARCONDES FILHO, 1988). Cerca de 20 anos depois, quase a totalidade do território brasileiro tinha acesso ao aparelho que, à época, via-se já completamente envolvido nos embates econômico-políticos do entorno. Seu público era passivo, fazia silêncio absoluto em frente à TV na hora da novela e do telejornal, saía para o banheiro ou para as conversas durante os comerciais e se permitia comentários e risadas nos programas ditos de entretenimento.

Com o acréscimo de mais cerca de 20 anos (com a entrada da Internet e da TV paga) encontramos esse telespectador em meio a um processo de adaptação à televisão segmentada, tornando-se um zapeador insatisfeito (MACHADO, 1996), enquanto iniciava-se o debate sobre a interatividade. Programas como Você Decide, da Rede Globo, em que o telespectador era colocado para escolher entre dois finais possíveis de uma determinada estória, alardeavam pioneirismo. Apesar da crítica quanto à pseudo-interatividade, esse tipo de programa apontava para uma série de questões que se avizinhavam: os novos domínios no campo da comunicação no Brasil, a exemplo do que já acontecia nos Estados Unidos: grandes redes ou conglomerados de televisão,



associados a empresas da área de informática e companhias telefônicas (DIZARD Jr., 1998).

O telespectador, que sempre dividiu sua atenção entre o aparelho de televisão e o cotidiano doméstico, passou a dividir-se mais ainda, já que a era digital leva a diferentes formas de olhar (e de ser olhado) e de compreender. Contemporaneamente falando, a migração digital propõe redefinir a tensão dialogal do encontro com o Outro.

O novo telespectador é o observador (CREARY, 2001), o navegador do ciberespaço (SANTAELLA, 2004), o interator (MURRAY, 2003). Sua linguagem e seu entendimento de mundo, em especial no que se refere às novas gerações, aproximam-se do roteiro básico de um game: uma boa estória que tangencie as possibilidades virtuais (no dizer de Murray, 'brincar com as fronteiras da ilusão'), rapidez na tomada de decisões (há um paradigma sobre o fetiche da velocidade a ser quebrado aí: tudo o que é rápido nos impede de refletir e tudo o que é lento é profundo? (talvez não como o tenha pensado MORETZSOHN, 2002); fluidez de movimentos dentro do paradoxo de imobilidade/mobilidade do corpo; nível de atenção focado no interesse, mas exigências de conteúdo multifacetadas.

Os designers, produtores e roteiristas de games já percorreram uma parte da estrada que a programação televisual, em termos de linguagem, deverá trilhar de agora em diante, com a TV Digital. A Nova Ordem Tecnológica exige um olhar caleidoscópico (BARBOSA e CASTRO, 2005) e labiríntico (LEÃO, 2002) sobre a linguagem nas mídias audiovisuais.

A ideia é de que a televisão, do modo como a conhecemos hoje, funda-se ao computador e à Internet, extraindo destes as suas possibilidades. A TV Digital, portanto, seria considerada como um novo sistema de informação: “telas táteis, comandos acionados por movimentos oculares ou por gestos manuais permitirão que o espectador transite, da atual simples seleção de canais de informação, para uma situação de escolha interativa” (VILCHES, 2003, p. 238).

Como resolver esse paradoxo – o de colocar ordem na aparente desordem - levou Vilches a estabelecer que “a estrutura mosaico não é uma metáfora visual: é o produto da inteligência artificial aplicada à visão por computador” (*ibidem*, p. 58). Por isso, apresenta-se a necessidade de adotar um modelo conversacional efetivo e não apenas metafórico quanto aos módulos televisivos. Além do que há uma diferença



primordial entre ambiente labiríntico e ambiente desconhecido. A presença do labirinto indica que se espera que o interator faça o que tem que fazer: agir.

Além disso, o modelo precisa pensar não só o telespectador como interator, mas o próprio comunicador, levando em conta as características do ambiente digital já tão exploradas pelas artes: imersão, agência (interatividade, possibilidade de interferir) e transformação (variedade, indeterminismo, potencialização da experiência). Nesse sentido, responde-se à crítica de Baudrillard sobre o caráter monolítico dos meios e à falta de participação. Poder-se-ia responder também à crítica quanto à superficialidade da televisão, pois o aprofundamento em nós e links a partir de um assunto ou estória chave, daria conta do aprofundamento reivindicado a um meio com alto poder mobilizador. Seria a “cross media” levada ao telejornalismo, por exemplo. Segundo Machado (2000), este se constitui no programa televisual mais resistente à subversão. O fato é que nesses cruzamentos entre-mídias precisam-se escolher as relações que garantam mais e melhor informação.

A TV Digital, com seus módulos ainda em fase de gota, em busca de uma sintaxe, deve levar os comunicadores e as instituições de ensino (não só as de nível superior) a repensarem a gramática televisual: sua estrutura seriada, fragmentária e reiterativa; os *breaks* comerciais como espaços de respiração, a regularidade de programação e a formação do hábito, a transformação dos ganchos (COSTA, 2000) em links; a questão do tempo de TV e do tempo na TV. Ao mesmo tempo, talvez se fortifiquem as marcas de fragmentação e descontinuidade, de incompletude, que já fazem parte da linguagem televisual.

A transformação, se levarmos em consideração a vocação para o audiovisual e a importância já conquistada pela televisão na vida brasileira (BUCCI, 1997, diz que é impossível pensar o país sem a mediação televisual) precisa chegar às formas de ensino-aprendizagem em escolas e universidades.

Com a mudança no diálogo entre público e mídia, pode-se pensar em uma 'modelagem' (para os módulos televisivos, antigos programas que deixam de existir com a supressão da grade de programação) 'cognitiva', como propõe Lúcia Leão, 2002. Nessa ideia, dois corpos de saber são cotejados (televisão e computador) e desse confronto emerge um novo saber, que só poderá ser atingido se percorrido o percurso transdisciplinar.



Vejamos: os corpos de saber, de início duais e de larga abrangência - a televisão e o computador - podem levar a um Outro – a TV Digital. Dentro desse novo ambiente, que reúne a linguagem já mosaicada da televisão, como a conhecemos ainda, e a linguagem interativa do computador, deve surgir a proposta para os módulos televisivos que, por sua vez, precisam ter percorrido o caminho transdisciplinar entre áreas, como a partir da ideia dos círculos tangentes. Alguns ensaios sobre o modo de transformar essa teorização em prática já foram feitos por algumas universidades (CROCOMO, 2007) e estão levando tanto ao re-aprendizado de alunos e professores, como servindo para preparar o público “navegador, observador, interator” para o que há dentro da gota.

Também pensa-se ser o tempo de montar estratégias para o engajamento desse “megapersonagem”, no dizer de Machado em 'O Sujeito na Tela' (2007) que se tornará o público. Os módulos televisivos em linguagem de game necessitam dar conta da adequação entre seus objetivos e a forma como o sujeito interage.

A interface entre os meios adquiriu um significado de urgência a partir da digitalização, recuperando aproximações referenciais mais arcaicas (televisão e cinema; cinema e fotografia, por exemplo) e mostrando outras possibilidades: “Pretender narrar de forma a garantir a todos os fruidores acesso a todas as partes relevantes da história é pensar videogame como cinema” (ASSIS, 2007, p. 44). Em Machado (Arte e Mídia, 2007), citando Gene Youngblood, autor de 'Expanded Cinema': “Em um sentido expandido de arte do movimento, TV, vídeo passam a ser cinema, como também a multimídia' (p.66). Em suma, o cinema expandido é o audiovisual. Ainda conforme o autor, o conceito de expansão cumpre um papel estratégico na superação da especificidade.

A busca por essa nova gramática multifacetada necessita da colaboração (além disso, abertura e preparo para a convivência) entre áreas e entre os meios: os mais próximos e os mais afastados. Alguns, nem tanto, como a informática e a engenharia da comunicação e outros, mais, como a matemática e a física. Sem falar no que se chama hoje de grupo da Ergonomia Cognitiva (BRENNAND e LEMOS, 2007), que abarca os campos da psicologia, lógica, sociologia e linguística, interessados também nos estudos sobre a linguagem dos meios audiovisuais. Como diz Vilches, a interface é o novo meio.

À medida que nos aproximamos das bordas e das zonas de intersecção, a diferenciação entre os meios já não é tão evidente, os conceitos que os definem podem ser transportados de uns para outros, as práticas e as tecnologias podem



ser compartilhadas, o sustentáculo econômico e o público atingido podem ser os mesmos (MACHADO, em *Arte e Mídia*, 2007, p. 59).

O processo de reconfiguração do olhar (como sentido primeiro que leva ao pensar, como em MITCHEL, 2001), ou de remodelagem (como em BOLTER e GRUSIN, 1999) na determinação de uma nova cultura visual para um novo tipo de leitor (como em MIRZOEFF, 1998) se dará por meio da hipermídia como resultado da combinação entre hipertexto e multimídia. A definição descortina um panorama aberto que torna possível incorporar em uma estrutura hipertextual (através da metáfora do mapa turístico, com suas visitas guiadas e possibilidades de voltas como forma de orientação no espaço da informação) o que a imaginação do autor idealizar e os meios técnicos permitirem. Racionar dessa maneira permite pensar no incremento do processo de significação, levando os diferentes sentidos a perceberem a informação, como acontece com a arte, por exemplo.

Conclui Machado (2000) que 'a televisão é e será aquilo que nós fizemos dela. Nem ela, nem qualquer outro meio, estão predestinados a ser qualquer coisa fixa' (p. 12). Calabrese (1987) procura pelo 'gosto do nosso tempo', classificando o neobarroco como 'um ar do tempo' que se alastra a todos os campos do saber, apesar de ressaltar que não é fácil etiquetar essa época, cujo prazer reside na imprecisão.

A idéia da TV digital, dos círculos tangentes, dos módulos televisivos, do interator como público jogador de games e da necessidade do comunicador em audiovisual trilhar seu próprio caminho, empreendendo em meio a parcerias entre áreas pode levar a perspectivas de ensino-aprendizagem (em escolas, universidades, emissoras de televisão ou produtoras independentes) a partir do uso das formas que simulam a conversação – entre apresentadores e personagens na tela; e entre apresentadores e interatores. A busca é pela informação audiovisual inteligente, quer dizer, “informação na qual as imagens e os sons “raciocinam”, por dentro, a informação” (VILCHES, 2003, p.239).

As marcas da Modernidade, de acordo com o entendimento de Maffesoli (2006) ainda podem ser identificadas nos meios audiovisuais: individualidade (em oposição à interatividade), lógica da dominação (a propriedade da técnica e dos meios vista como espaço de domínio e poder), a separação por meio de um processo dicotômico (que influenciou a denominação de gêneros e formatos de programas televisuais e sua



classificação entre informativos e de entretenimento) se dissolvem por meio da crise desses paradigmas.

Ainda segundo Maffesoli, o Homem Moderno perdeu-se de noções como encanto, sonho, magia, jogo e agora busca reencantar-se, conjugar-se, relacionar-se, ludicizar-se, ressensibilizando-se, intensificando a experiência dos sentidos. Essa é, no dizer de Maffesoli (em palestra na Universidade de Caxias do Sul, no dia 22 de junho de 2009), “a atmosfera imaginal contemporânea”.

A tentativa de reencontro com o Outro, comentada no início desse artigo, certamente não encontra-se nas dualidades, mas nas intersecções; e depois da devoração, as inovações digeridas precisam levar à realização de novas obras. O processo antropofágico deve se completar. A gota vai cair.

Nesse contexto – cultural, social, tecnológico, a Televisão Digital mostra-se como o meio onde o processo de reencantamento pode se dar de modo concreto, se superados os desafios. Alguns dos que se apresentam para os que se dispõem a estudar e agir sobre as fronteiras e os interstícios midiáticos: pensar os módulos televisivos mais ligados à informação quando as novas (e antigas) formas de expressão audiovisual sempre trilharam mais facilmente o caminho do entretenimento, do espetáculo (DARLEY, 2000); o desafio de retraduzir o telejornalismo (esse persistente modelo) frente às novas disposições relacionadas à profissão de jornalista no Brasil e à cultura de convergência (em todos os níveis); a necessidade de se criarem módulos televisivos de qualidade em substituição à grade de programação da TV analógica e levando em conta o novo perfil do telespectador-interator.

Com certeza, o mundo não passa a ser melhor representado porque a imagem está mais nítida.

Bibliografia:

ASSIS, Jesus de Paula. **Artes do Videogame**. São Paulo: Alameda, 2007.

BARBOSA FILHO, André e CASTRO, Cosette. **Comunicação Digital**. São Paulo: Paulinas, 2008.

_____ e TOME, Takashi (orgs.). **Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005.

BELLOUR, Raymond. **Entre-Imagens**. Campinas, Papirus: 1997.



BOLTER, Jay David e GRUSIN, Richard. **Remediation**: understanding new media. Londres: MIT Press, 2000.

BRENNAND, Edna e LEMOS, Guido. **Televisão Digital Interativa**. São Paulo: Mackenzie/Horizonte, 2007.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em Tempo de TV**. São Paulo: Boitempo Editorial, 1997.

CALABRESE, Omar. **A Idade Neobarroca**. Lisboa: Edições 70, 1987.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**. São Paulo: EDUSP, 2006.

CASTRO, Gustavo de; CARVALHO, Edgard de e ALMEIDA, Maria Conceição de (orgs.). **Ensaio de Complexidade**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

CARVALHO, Edgard de Assis e MENDONÇA, Terezinha (orgs.). **Ensaio de Complexidade 2**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

COSTA, Cristina. **A Milésima Segunda Noite**: da narrativa mítica à telenovela. São Paulo: Annablume, 2000.

CRARY, Jonathan. **Suspensions of Perception**: attention, spectacle, and modern culture. Londres: MIT Press, 2001.

CROCOMO, Fernando. **TV Digital e Produção Interativa**. Florianópolis: UFSC, 2007.

DARLEY, Andrew. **Cultura Visual Digital**: espetáculo y nuevos géneros em los medios de comunicación. Barcelona-BuenosAires-México: Paidós Comunicación, 2000.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DÍAZ, Paloma; CATENAZZI, Nádia e AEDO, Ignacio. **De la Multimedia a la Hipermedia**. Madrid: RA-MA, 1996.

DIZARD Jr., Dizard. **A Nova Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

FLICHY, Patrice. **The Internet Imaginaire**. Londres: MIT Press, 2007.

LEÃO, Lúcia. **A Estética do Labirinto**. São Paulo: Anhembi-Morumbi, 2002.

_____. **Interlab**: labirintos do pensamento contemporâneo. São Paulo: FAPESP-Illuminuras, 2002.

_____. **O Chip e o Caleidoscópio**. São Paulo: Senac, 2005.

LUNENFELD, Peter. **The Digital Dialectic**. Londres: MIT Press, 1999.

MACHADO, Arlindo. **A Arte do Vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. **Arte e Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

_____. **A Televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.



- _____. **Máquina e Imaginário**. São Paulo: EDUSP, 1996.
- _____. **O Sujeito na Tela**: modos de enunciação no cinema e no ciberespaço. São Paulo: Paulus, 2007.
- MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**: a vida pelo vídeo. São Paulo: Moderna, 1988.
- _____. **Televisão**. São Paulo: Scipione, 1994.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- _____. e REY, Germán. **Os exercícios do Ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2001.
- MIRZOEFF, Nicholas. **The Visual Culture Reader**. Londres: Routledge, 1998.
- MITCHELL, William J. **The Reconfigured Eye**: visual truth in the post-photographic era. Londres: MIT Press, 2001.
- MORETZSOHN, Sílvia. **Jornalismo em Tempo Real**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- MORIN, Edgar. **As Duas Globalizações**. Porto Alegre: EDIPUC-RS e Sulina, 2002.
- _____. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.
- MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodeck**. São Paulo: UNESP, 2003.
- PINHEIRO, Amálio. **A Textura Obra-Realidade**. São Paulo: Cortez, 1983.
- SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.
- _____. **Navegar no Ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.
- SARDUY, Severo. **Barroco**. Lisboa: Vega.
- VILCHES, Lorenzo. **A Migração Digital**. Rio de Janeiro e São Paulo: Edições Loyola, 2003.
- WARDRIP_FRUIN, Noah e HARRIGAN, Pat. **First Person**: new media as story, performance and game. Londres: MIT Press, 2004.