



Uma Análise da Atualidade Mediática na Cidade Campeã no Acesso a Antenas Parabólicas no Brasil¹

Flávia Pereira da Rocha²

Universidade de Brasília, Brasília, DF.

Resumo

O referido trabalho consiste em uma análise da atualidade mediática na cidade de Picos (Piauí), onde se estima que há o maior número de antenas parabólicas por domicílios no Brasil. Este artigo observa o fenômeno da inclusão social através deste símbolo da comunicação. Para compreendê-lo, interpreta o que foi documentado no filme “Reflexões Parabólicas”. Através das falas dos personagens este trabalho demonstra como a antena parabólica e a televisão estão interligadas ao cotidiano de moradores da cidade, sujeitos que se autodenominam aficionados por esse instrumento comunicacional. Como conclusão, sintetiza as causas da fixação desses moradores por esse objeto telecomunicacional e contribui com a sugestão de novos estudos na área.

PALAVRAS CHAVE: antenas parabólicas; televisão; atualidade mediática; Picos; Piauí.

Introdução

Falar de antenas parabólicas além do caráter técnico do instrumento. No presente trabalho, o objetivo é analisar este objeto tecnológico da comunicação em seu caráter sociológico, destacando a sua importância comunicacional: os sinais eletromagnéticos captados pela antena transformados em informação, entretenimento, desejos, relações familiares e comunitárias, solidariedade e em pequenas amostras do mundo. Este artigo traz uma análise do fenômeno social e comunicacional relatado no documentário “Reflexões Parabólicas”, produzido na cidade de Picos (Piauí), cidade onde há o maior número de antenas parabólicas por domicílio no Brasil.

Segundo a Pesquisa sobre Uso da Tecnologia de Informação e Comunicação³ (TIC 2007), realizada em parceria pela *Ipsos Public Affairs* e o Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação (CETIC.br), de São Paulo, o estado do

¹ Trabalho apresentado no GP Televisão e vídeo, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do curso de Comunicação da FAC-UnB, flaviarocha@unb.br.

³ A mesma pesquisa foi realizada novamente em 2008 e em 2009. O índice de domicílios brasileiros com antenas parabólicas aumentou em 2008 para 19% e em 2009 para 24%.



Piauí é o campeão quando o assunto é antena parabólica, 41% da população piauiense tem uma, contra 18% do índice brasileiro. Em Picos, a cada cinco casas quatro têm antenas parabólicas, segundo dados de 2005 fornecidos pela Soma Comunicação, empresa que trabalha com pesquisas no município.

O presente artigo traz uma análise do que foi documentado no filme. Em um processo hermenêutico, vamos interpretar falas de moradores que se dizem aficionados por televisão, o jogo de relações que estão inseridos e a sua interação com esse fenômeno comunicacional. Pesquisar sobre o uso das antenas parabólicas é importante para proporcionar uma reflexão sobre este processo e de novos rumos possíveis da televisão aberta em virtude da TV Digital, inaugurada no Brasil em 2007, em São Paulo, sendo que no estado pesquisado, o Piauí, o sistema digital HDTV chegou em 2009 primeiramente através da afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), a TV Cidade Verde.

Antes de prosseguirmos, faz-se necessário apresentarmos o conceito de atualidade mediática, proposto por Luíz C. Martino⁴ (2009), quem contesta a redução da noção da demanda de informação atribuída a qualidades intrínseca ao ser humano (curiosidade, sede de conhecimento). Diferentemente, entende o conceito como “um produto da atividade dos meios de comunicação em consonância com a organização social da sociedade complexa”.

A necessidade de informar-se diz respeito ao ambiente social e não a um meio ambiente natural... Mesmo do lado da tecnologia, não foi diferente. Tomados como “algo que serve para comunicar”, os meios de comunicação foram naturalizados, guardados sempre a mesma função, o que impede de ver aquilo que realmente interessa, suas diferentes funções sociais segundo o tipo de sociedade. (ver MARTINO, 2009)

Outra definição necessária é o de antena parabólica: uma antena redonda e côncava que capta sinais de satélite vindos do espaço para o seu centro (onde está o captador), com tamanho variando de um a dois metros de diâmetro. Geralmente, utilizada para recepção de TV e rádio. Usualmente, são instaladas nos telhados ou nos solos das casas, localizadas, principalmente, em áreas distantes dos centros urbanos ou cercadas por terrenos montanhosos. No Brasil, quem tem uma dispõe de 31 canais⁵ no sistema analógico FTA via satélite e mais 11 canais de rádio.

⁴ Professor da Universidade de Brasília (UnB), pesquisador do CNPq, martino@unb.br.

⁵ Os canais são: Globo (Nacional), SBT (Nacional), TV Brasil, TV Escola, RedeTV, Terra Viva, Band (Nacional), Paraná Educativa, Polishop TV, Record (Nacional), Canal do Boi, Rede Vida, Rede 21, Cana Promocional Via Embratel, MTV Brasil, RIT, TV Aparecida, NBR, Novo Canal, Canção Nova, TV Câmara, Futura, Rede Gazeta, Shoptime, TV Senado, TV Cultura, TV Século 21, Record News, Canal Rural, TV Esporte Interativo e Agro Canal.

1. Picos e Sua Fixação Parabólica

O documentário “Reflexões Parabólicas” tem 23 minutos e é uma produção dos jornalistas Flávia Rocha, Geane Mota, Patrícia Vaz e Sérgio Donato, como trabalho de conclusão do curso de especialização em Telejornalismo da Universidade Federal do Piauí (UFPI), em 2007, sob a orientação da professora doutora Dácia Ibiapina (UnB). O documentário foi produzido a 320 km ao sul de Teresina, na cidade de Picos, no sertão piauiense, um dos principais entroncamentos rodoviários do Nordeste, ligando o Piauí aos estados da Bahia, Ceará, Maranhão e Pernambuco. Como o próprio nome já denuncia, Picos é um lugar cheio de morros. Do alto, tem-se a impressão de que a cidade está em uma cratera lotada de pratos acinzentados. São as antenas parabólicas sobre as casas dos picoenses, que se amontoam e formam um espetáculo único na paisagem nordestina, uma cena de impressionar quem passa por ali pela primeira vez.

Além de contar com o sinal de 31 canais via parabólicas, os picoenses ainda disponibilizam de uma emissora local educativa e cultural desde outubro de 2005, a TV Picos (canal 13), afiliada da TV Antares (com sede em Teresina, capital piauiense). A emissora exibe oito programas próprios, com uma programação local de cinco horas diárias e a programação nacional da TV Brasil. Mesmo utilizando-se pouco das emissoras locais, os moradores de Picos atualmente recebem também o sinal das televisões de âmbito estadual: TV Rádio Clube (afiliada Rede Globo) - primeira emissora inaugurada no Piauí, em 1972; TV Cidade Verde (SBT) – desde 1986; TV Antares (TV Brasil) – criada em 87; TV Antena 10 (Record) - inaugurada em 88; TV Meio Norte (Band) – surgida em 95 com o nome de TV Timon; e TV Assembleia (TV Câmara) – desde 2007. E para completar a panorâmica dos meios de comunicação disponíveis em Picos, segundo dados da prefeitura do município, há seis jornais periódicos, sete rádios FM, três AM e 90 rádios amadoras.

O documentário aqui tratado é um retrato do fenômeno comunicacional advindo das antenas parabólicas no Brasil. Como todo retrato, esse trabalho é uma perspectiva de como os consumidores desse produto tecnológico se comportam diante dele, observando o que estas parábolas significam nas suas vidas.

Do paradoxo entre a simplicidade das casas e ostentação da antena, os idealizadores do filme buscaram descobrir o envolvimento, alguns dos motivos que levaram estes moradores a adotarem a antena parabólica como parte integrante de seu



dia-a-dia. Numa paisagem rústica e acinzentada da caatinga, o documentário retrata vestígios de modernidade fortemente simbolizados por um dos mais glamorosos produtos da tecnologia da comunicação.

Levantando o seu aspecto histórico, as primeiras antenas parabólicas chegaram aos lares americanos no ano de 1975. No Brasil, o equipamento começou a ser comercializado em 1983, primeiramente para hotéis e grandes empresas. Apesar de a televisão ter chegado ao Brasil na década de 50, apenas trinta anos depois os moradores do interior piauiense tiveram acesso aos sinais de tv com melhor qualidade com a difusão das antenas parabólicas. O sinal via satélite da TV Rádio Clube, a primeira emissora de TV piauiense, chegou ao município de Picos em setembro de 1999. Para quem morava distante da capital, a única forma de receber as informações de fora da cidade era contar com a “parafernália” cinzenta. Dessa forma a paisagem local foi se adaptando aos contornos geométricos das antenas.

As dificuldades de acesso ainda em pleno século XXI demonstram uma população que luta para não ficar à parte. Ao longo da rodovia, o morador que se desloca de bicicleta, a mulher que carrega na “garupa” o filho mais novo, o homem com a enxada de quem acaba o fim da jornada na roça. Nestes exemplos de locomoção, ele encontra no aparelho de tv a possibilidade de se deslocar para mais longe ainda. A antena parabólica, no fundo da casa apertada entre a cerca de arame e o curral, é a possibilidade dele descobrir um cotidiano diferente do seu, entre paisagens e muros desconhecidos, as grandes cidades, as favelas, o modo de viver no mundo. É a antena parabólica como metáfora. Considerando que “meta” é igual a “além de”, e “fora” é igual a “lugar”, ou seja, aquela que transporta.

Trazendo o pensamento de Thompson (1998): “A mídia se torna, nos termos de Lerner, ‘um multiplicador de mobilidade’, uma forma vicária de viajar que permite ao indivíduo se distanciar dos imediatos locais de sua vida diária”.

Longe de ser uma operação saudosista, o documentário trata sobre um fenômeno recente iniciado há cerca de 27 anos, embora o termo “recente” não seja adequado para utilizarmos quando tratamos de um processo tecnológico, já que suas mudanças ocorrem muito rapidamente, mas referindo-se a um fenômeno social o termo é adequadamente empregado. Alguns poderiam considerar este um assunto saudosista, já que o tema TV Digital encontra-se mais presente na agenda atual dos estudos da comunicação. No entanto, o anúncio (para todos) e a chegada (ainda para poucos) da TV Digital não vai ocasionar grandes alterações na fotografia do alto da cidade de



Picos, por exemplo. As mudanças vão ocorrer, como é natural principalmente na sociedade complexa, mas provavelmente não em grandes proporções ocasionadas pelo sistema digital. Primeiro, porque os divulgadores da TV Digital ainda não conseguiram provar a sua importância utilitária capaz de promover uma mudança no modo de assistir TV. E segundo, pela dificuldade econômica de acesso – o que não é uma grande razão, considerando que, como se observa através do documentário Reflexões Parabólicas, moradores de casas de barro despojaram de até 45% dos seus salários de R\$ 100 para pagar uma prestação no valor de R\$ 45 só da antena.

Os depoimentos colhidos, detalhados nos próximos itens desse artigo, revelam necessidades, dores, sensações, angústias e o efeito análogo a de uma epidemia, no caso, podendo ser denominada de “epidemia de consumo”, atingindo até mesmo a casa de um deficiente visual e as famílias de pais desempregados, com escassos recursos para bancar as despesas de água, energia e alimentação. O desejo de possuir uma antena, como as observadas nas casas dos vizinhos, se sobressai a qualquer aperto no bolso. É como se ali o “penso, logo existo” de Descartes desse lugar ao “tenho uma antena, logo existo”, ideia aproximada ao conceito de atualidade mediática empregada por Martino. Não importa o valor do salário mensal, nem quanto vai sobrar para os outros gastos familiares, o importante é conseguir pagar a prestação da parabólica, como foi observado em vários casos. Vale qualquer aperto financeiro para estar próximo dela, ter a satisfação de montar e exibir uma no telhado de casa. Essa “epidemia de consumo” está representada nos telhados das moradias de Picos.

2. Parabólica = Felicidade, Festa, Comemoração

“Filho de pobre é assim, quando não tem uma coisa que chega, acha que tem tudo”. A frase sorridente de Francisca Maria da Conceição expressa a alegria dela e dos seus vizinhos com a compra da antena parabólica. Para se ter uma ideia, alguns moradores faziam até consórcio para comprar o visado objeto. Outros colocavam de lado a necessidade de construir uma moradia em melhores condições. “Deixavam até de comer”, acrescentam. Quando o grande dia chegava, ou melhor, a antena chegava, “o divertimento era grande”, lembra o montador de antena conhecido como Renato. Assim, uma alegria era disseminada socialmente. E fazer parte desse circuito da felicidade era um desejo que, na maioria dos casos, realizava-se com muito esforço.

3. Cine do Rená: Espírito Coletivizador

“Vão se embora, vocês não têm o que fazer não?”. E eu disse: ‘Um dia eu compro uma pra mim!’”. Nesse depoimento, percebe-se a antena parabólica como um objeto recuperador da dignidade familiar, uma superação financeira e uma resposta à humilhação que a família passou na casa da vizinha impaciente provavelmente com as visitas diárias que lhe tiravam a privacidade. O “Vão se embora!” foi um marco na história da família de Dona Francisca Maria da Conceição. Ela e seus filhos foram enxotados porta a fora pela vizinha. Como viviam em comunidade, seria comum pensar que a televisão, que só fazia sentido naquela cidade acoplada a uma antena, deveria ser alvo de compartilhamento, de difusão das informações e entretenimento possibilitados pelos programas televisivos. Importante destacar que esse tipo de argumento como motivador para a compra da antena foi observado em contextos similares em outras famílias visitadas pela equipe de pesquisadores.

O fazendeiro Carlos da Costa Neves, conhecido como Rená e o primeiro a comprar uma antena na cidade de Picos, apresenta os picoenses como “viciados em televisão”. “Muita gente só sai à noite depois que assiste”, conta. A sua casa era conhecida como o “Cine do Rená”. Com um sentido oposto ao apresentado no primeiro parágrafo deste tópico, o “Cine do Rená” era um lugar onde todos podiam compartilhar da magia da televisão, onde os vizinhos eram recebidos com alegria, com um espírito coletivizador. Assim, assistir à televisão tornava-se um grande evento social.

“É melhor faltar fôlego ou água pra beber do que faltar sinal de televisão em Picos”, comenta o Francisco dos Santos Barros, conhecido como Nanana, empresário do ramo das parabólicas no município. Com tamanha ênfase, percebe-se o grau de proximidade desses moradores com o objeto teletecnológico aqui estudado.

4. “Tudo que Passa na Televisão a Gente Sabe que é Verdade”

O título desse tópico é uma frase de Manoel André Borges, conhecido como “Sr. Borges”, um dos personagens entrevistados, quem chama atenção por ser deficiente visual e possuir uma antena parabólica. A frase remete a muitas reflexões. Primeiro,



quanto ao esclarecimento ou a falta deste sobre como se constroem ou desconstruem uma notícia.

No texto “A síndrome da antena parabólica”⁶, no qual trata sobre uma entrevista do então ministro da Fazenda Rubens Ricuperro, concedida à TV Globo para o Jornal Nacional, que resultou na demissão do ministro, Kucinski (1998) traz uma hipótese sobre a forma que a notícia é filtrada até chegar ao público:

A autocensura determinou o padrão de controle da informação durante os 15 anos de regime autoritário, sendo os demais métodos, inclusive a censura prévia, acessórios e instrumentos à implantação da autocensura. Sua prática prolongada pode ter gerado uma cultura jornalística na qual se destacam a compulsão à unanimidade, o simulacro, o desprezo pela verdade nos momentos críticos ao processo da criação do consenso e, especialmente, a autocensura. Chamaremos a esse comportamento de “síndrome da antena parabólica”. (Kucinski, 1998, p. 51)

O autor define a autocensura como a “supressão intencional da informação ou parte dela pelo jornalista ou empresa jornalística, de forma a iludir o leitor ou privá-lo de dados relevantes. Trata-se de uma importante forma de fraude porque é uma mentira ativa”. Com a intenção ou não de esconder a verdade, sabe-se que na prática a tal autocensura é corriqueira nas redações jornalísticas, o que distancia muito a notícia de uma concepção de verdade. Além da autocensura, há ainda outras formas de informar pela metade ou às avessas, como a filtragem das fontes oficiais e as censuras praticadas pelos proprietários dos meios ou por seu departamento comercial. Ambas ocorrem de maneira silenciosa, disfarçada ou escancarada.

Considerando que iludir o leitor, o ouvinte ou o telespectador trata-se de uma forma de fraude, trazemos aqui uma contribuição de Durkheim (1978, p. 36)⁷: “Um ato pode ser desastroso para a sociedade sem sofrer a menor repressão”. Por isso, destacamos a necessidade de criação de um quinto poder, como sugere o professor inglês Roger Silverstone (1996) no livro “Televisión y vida cotidiana”. A sua ideia é que a sociedade se alfabetize em mídia para enfrentar o quarto poder (a mídia). Embora a sugestão pareça utópica dentro das características da sociedade complexa, acreditamos ser possível a sua realização, considerando principalmente as possibilidades trazidas com a ampliação do acesso à internet, meio que é livre e gratuito, sem a mão de um

⁶ Escrito para o ciclo de debates Direitos Humanos no Limiar do Século XXI, realizado no Centro Universitário Maria Antonia, da Universidade de São Paulo, em abril de 1997.

⁷ Do texto “Da divisão do trabalho social”.



interventor autoritário nem daqueles que acreditam que a informação tem dono. Além da internet, várias instituições e organizações estão se esforçando na tentativa de formar cidadão mais críticos ante às notícias apresentadas pela mídia, como é o caso do Fórum Social Mundial, Observatório da Imprensa, Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, Observatório do Direito à Comunicação, entre outras.

Para Thompson (1998, p. 153), “através de estudos etnográficos, pesquisadores como Liebes e Katz mostraram que diferentes grupos têm diferentes formas de ‘negociar’ seu conteúdo simbólico”. Considerando a diversidade cultural brasileira e o analfabetismo total ou funcional, aumenta a nossa preocupação com a questão da orientação sobre como assistir TV, mesmo defendendo a ideia de que outros laços importantes, como familiares, profissionais e políticos, vão influenciar no modo de enxergar o mundo.

5. Antena na Casa de um Cego

“Já foi provado que em terra de cegos quem tem olho não é rei”. Parafraseando a frase de McLuhan (1964), podemos verificar aqui no caso de “Sr. Borges”, que em terra de não-cegos quem não tem olho também pode ser rei, ou melhor, provar do “reinado”, participar das vantagens oferecidas pela televisão.

“Na casa de um cego?”, espantou-se o Sr. Walter, o primeiro montador de antenas parabólicas de Picos. “Mas o senhor não enxerga, como é que vai assistir televisão?”, indagou Walter das Parabólicas. “Mas eu escuto, né?”, respondeu o cliente. A resposta nos transporta a McLuhan(1978, p. 374-5): “O rádio é uma extensão do aural, a fotografia de alta fidelidade uma extensão do visual. Mas a TV, acima de tudo, é uma extensão do sentido do tato, que envolve a máxima inter-relação de todos os sentidos”.

A reação de espanto do montador seria natural a qualquer ser humano comum sem a experiência da cegueira. Para este é difícil perceber a função de uma televisão para um cego. Fala-se normalmente: estou vendo televisão, e não ouvindo. Mas para o senhor Borges, ouvir é o que lhe basta e é possível, assim como para cerca de 1,2 milhões de brasileiros, segundo estimativa de cegos feita pela Organização Mundial de Saúde (OMS). “Ouvi o som de televisão e achei bonito”, explica como iniciou seu interesse pela TV. Daí estamos diante de mais uma amostra da dívida dos pesquisadores



em comunicação com esse percentual de cidadãos que assistem televisão. Podemos suspeitar também da ignorância dos jornalistas e outros profissionais da televisão quando o assunto é o público cego. Mesmo colocando a hipótese de McLuhan, dando atenção especial aos que só ouvem, os comunicólogos perceberão que para aqueles a imagem nunca valerá mais do que mil palavras. Então, fica a pergunta: será que algum jornalista pensa nesta minoria ao escrever seus textos televisivos? Ou seria só mais uma utopia se preocupar com o assunto?

6. Documentando

Na edição, as falas dos personagens estão divididas em dez blocos: Apresentação; Compra; Como era antes; O que motivou a adquirir uma antena; Qual a importância da antena parabólica e o que mudou na vida de cada um; A emoção quando chegou a antena parabólica em casa; Por que Picos tem tantas antenas parabólicas?; O que gosta e o que não gosta de assistir; Extras e curiosidades; Encerramento. Os depoimentos estão colocados nesta sequência por afinidade de temas. Os personagens contam a história de suas vidas e a relação com a antena parabólica. Entre os entrevistados há o primeiro vendedor de antenas parabólicas de Picos; a primeira pessoa a adquirir uma antena; o comerciante que mais vendeu antenas (e enriqueceu com o negócio) na cidade; um deficiente visual que possui uma antena parabólica; uma criança de 12 anos apaixonada por televisão; uma senhora que não tem e não quer de forma alguma ter uma antena; e moradores de favelas da cidade.

Na coleta dos depoimentos foi feita uma série de perguntas comuns a todos personagens. 1) Apresentação (que sou? O que faço?); 2) Como e quando comprei a antena; 3) O que me motivou a adquirir uma; 4) Como era a vida na cidade e em casa antes das antenas; 5) Qual a importância das antenas parabólicas; 6) O que mudou na vida deles e/ou na cidade com a chegada das parabólicas; 7) O que gosta (ou não) de assistir; 8) Por que Picos tem tantas antenas parabólicas; 9) Como foi a chegada da antena em casa? Como os moradores reagiram.

As gravações começaram pelo personagem Walter Pereira Cruz, mais conhecido como “Walter das Parabólicas”, o primeiro montador de antenas parabólicas de Picos. Na sua casa, ele conta toda a sua relação com as antenas, em seguida, mostra onde ele guarda alguns instrumentos de trabalho e explica o funcionamento de uma antena parabólica.



O próximo personagem tratado é Carlos Alberto Leal, mais conhecido como Roberto. Ele também é montador de antenas parabólicas. Um fato curioso é que ele guarda a nota fiscal da sua primeira parabólica, que tem mais de 10 anos. Junto a Roberto, na filmagem, está Eva Silveira da Conceição, sua sogra, diz ter medo de antenas parabólicas e por isso não quer possuir uma em casa. Os funcionários públicos Francisco Antônio Ferreira de Sousa e Maria Conceição Silva chamam atenção pela forma sacrificada de adquirir a antena. Conceição recebia apenas R\$ 100 por mês quando aventurou comprar o objeto que para ela era tão necessário, pagando uma presteção que subtraía 45% do seu rendimento mensal.

Naira Maria de Meire Fátima, uma menina de 12 anos que gosta muito de televisão, conta sua história com a televisão e a parabólica. Com ela percebe-se um vício. “Se estiver na sala, eu não me controlo, eu ligo a televisão”, conta.

Outro casal de personagens é Márcio Evenilson Rodrigues, conhecido na cidade como Nilson, e Maria Natália da Conceição, que moram em um barraco com seus cinco filhos. O depoimento deles se destaca pela comicidade de quando compraram a televisão e a antena parabólica.

Em um bairro na zona rural de Picos, mora Rená, um fazendeiro e ex-comerciante, o primeiro a ter uma antena parabólica em Picos. Ele e Dona Leda, sua esposa, contam como era na época em que só eles tinham parabólica. Como tratado antes nesse artigo, a casa de Rená transformava-se em uma espécie de sala de cinema com tela pequena e imagem de baixa definição.

Um exemplo da função da televisão de unir laços familiares é o de Dona Francisca Maria da Conceição, quem tem muitos filhos e netos que se reúnem em uma pequena sala em volta da televisão. Antes de possuir a antena, a família ficava dispersa em casas de vizinhos em busca de informação e entretenimento. A dignidade da família também estava em jogo. Um dia chegou a ser enxotada de uma casa vizinha onde assistia TV.

Outro entrevistado é o empresário Francisco dos Santos Barros, conhecido como “Nanana”, o primeiro vendedor de antenas parabólicas de Picos. Atualmente, ele mora na capital piauiense, mas mantém lojas de vendas e manutenção de antenas parabólicas em Picos. De 1989 a fevereiro de 2007, Nanana vendeu mais de 36 mil antenas na microrregião de Picos, que abrange 51 municípios. No seu depoimento, Nanana fala como foi a comercialização das primeiras antenas, as comemorações



quando alguém adquiria uma antena e como se deu a popularização das antenas parabólicas em Picos.

Conclusão

Assistir às novelas, aos jogos, aos jornais, aos programas de variedades, às revistas eletrônicas ou aos desenhos animados, além de trazer informação, proporcionar entretenimento, fortalece os laços sociais e familiares. No lugar de separar, une os sujeitos sociais. Assim, o sinal de televisão possibilitado com a aquisição da antena parabólica significa um transporte para outros mundos. Muito mais que um espírito de consumidor compulsivo, em Picos o que se observa são moradores em busca do “estar junto”. Não saber o que está ocorrendo no mundo significa ficar sem assunto para as conversas de calçadas entre amigos e familiares. O não ter antena representa o isolamento, a diminuição da capacidade de interação e intervenção social.

Tudo o que determina a atividade a tomar uma forma determinada pode gerar hábitos dos quais resultam tendências que desde então é preciso satisfazer... Para encantar-se com tal ou tal objeto, é preciso que a sensibilidade coletiva já esteja construída de maneira a poder apreciá-lo. (Durkheim, 1978, p. 42)

O estímulo inicial para a busca em escala global dentro do município foi o aspecto geográfico, assim como na maioria das cidades onde há uma grande concentração de antenas parabólicas no Brasil. Os terrenos montanhosos, formando verdadeiras crateras, ajudaram na formação da fotografia do alto município lotada de “pratos acimentados”. Mas, como assinala Durkheim, essa tendência não se propagaria sem uma sensibilidade coletiva.

Com uma sede de novas experiências é natural que o homem da sociedade complexa busque novas formas de interagir socialmente. Portanto, este artigo sugere um estudo sobre como a TV Digital pode ou não conseguir esse estágio de sensibilizador coletivo. Essa tecnologia alcança pelo menos em passos aproximados o fenômeno similar ao atingido pelas antenas parabólicas?

Para finalizar, considerando a atualidade mediática no seu conceito de produto da atividade dos meios de comunicação em consonância com a atividade complexa, usando as palavras de Martino (2009), faz-se necessário buscarmos uma saída para



problemas antigos na relação dos meios de comunicação com o sujeito social, como apresentamos por exemplo na crença da verdade absoluta em tudo que é divulgado na televisão. Um assunto, pelo visto, longe de estar superado. Pelo contrário, que necessita de muita reflexão observando as exigências epistemológicas da pesquisa em comunicação.

Referências bibliográficas

CENTRO DE ESTUDOS SOBRE AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO. **Pesquisa sobre Uso da Tecnologia de Informação e Comunicação**, São Paulo. Disponível em: <http://www.cetic.br/usuarios/tic/2007/index.htm>. Acesso em: 20 dezembro 2007.

DURKHEIM. **Os Pensadores**. Seleção de textos de José Arthur Giannotti; traduções de Carlos Alberto Ribeiro de Moura. et al. 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998.

MARTINO, L. C. “**A atualidade mediática: o conceito e suas dimensões**”, texto apresentado no XVIII Encontro da COMPÓS, PUC-Minas, junho de 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. 3 ed. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.

REFLEXÕES Parabólicas. Direção, Produção e Roteiro: Flávia Rocha, Geane Mota, Patrícia Vaz e Sérgio Donato. Orientadora: Dácia Ibiapina. Picos, Piauí. PJ Produções. 2007. DVD (23 min).

SILVERSTONE, R. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.