



## **Que TV é essa que agora tem de transmissão digital? como ficam as especificidades da televisão em um ambiente de convergência<sup>1</sup>**

Simone FELTES<sup>2</sup>

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS

### **Resumo**

Nesse artigo, propomos contextualizar nosso objeto de pesquisa – as experiências e os usos de telespectadores da TV digital no celular, através de um estudo de recepção – em um ecossistema midiático (Scolari), ou seja, em um ambiente em que diferentes meios convivem, sem que possam ser olhados isoladamente. Em um exercício ensaístico, fazendo conexões entre as contribuições de diversos autores, vamos acionar conceitos como os de convergência, hibridações intermediáticas, migração digital, remediação, como parte da fundamentação teórica a ser tensionada, posteriormente, na investigação de campo.

### **Palavras-chave**

TV digital; ecossistema midiático; convergência; migração digital; remediação

### **Introdução:**

Foi assim com o livro, a fotografia, com o rádio, o telefone, com a televisão e a Internet, ou seja, com os inúmeros suportes tecnológicos criados, como evolução dos meios de comunicação, e que foram incorporados pelo uso ao cotidiano. A cada processo de implantação desses suportes, adota-se a idéia de transformação, de mudança, a partir do que se convencionou chamar de “novo” e que, recorrentemente nas pesquisas, aparece como um fenômeno comunicacional a ser estudado, na medida em que traz consigo um elenco de “outras” experiências sociais a usuários e produtores que se prestam a perguntas do tipo: *o que acontecendo nesse processo que se inicia?*

Nesse artigo, vamos discutir como “novo” o que se convencionou chamar de TV digital, ou seja: no Brasil, a televisão terrestre, de sinal aberto e gratuito, gerado por emissoras que recebem concessões federais para operarem os canais analógicos e, agora, também estão recebendo autorizações para as transmissões digitais do mesmo conteúdo. Oficialmente, o sinal digital começou a chegar aos primeiros lares do Brasil – de fato, naqueles com sistema de conversor digital ou aparelho de TV adaptado – a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos – RS, e-mail sifeltes@uol.com.br.



partir do final de 2007, mas já vinha sendo implantado desde a década anterior em outros países (com outros modelos e sistemas de transmissão).

Por aqui, não há dúvida em afirmar que, até agora, o processo de implantação é lento, mesmo considerando que o cronograma do governo de adesão das emissoras está sendo seguido. Em quase dois anos e meio da TV digital, emissoras de todas 27 capitais do país e de mais dez cidades pólos brasileiras assinaram termos de consignação dos canais digitais com o Ministério das Comunicações (MORAES, 2010). Porém, isso não determina, necessariamente, que todas estejam transmitindo digitalmente<sup>3</sup>, como de fato não estão.

Além disso, a adesão do telespectador é baixa. Mais de 70% da população do país, em teoria, poderiam receber o sinal hoje de algumas emissoras, pelo alcance da cobertura, mas estima-se que, de 2007 a 2009, somente dois milhões de conversores ou monitores adaptados tenham sido comercializados, demonstrando a falta de interesse e até o desconhecimento dos telespectadores que, na imensa maioria no Brasil, é usuário de TV aberta. Também as emissoras não têm apresentado ou incentivado o telespectador com produtos ou serviços desenvolvidos a partir das potencialidades do sistema digital. Uma expectativa otimista é a do setor de eletroeletrônicos que pretende comercializar em 2010 (ano de Copa do Mundo) cerca de cinco milhões de conversores, ou dispositivos (seja monitores, celulares, pen-TVs) adaptados ao sistema digital. (CASTRO, 2010).

De qualquer forma, mesmo com esse cenário de pouca adesão, “alguma existe” e, portanto, já é factível de ser observada, nos processos de interação que promove, como objeto empírico de pesquisa. Como dito anteriormente, investigar o “novo” é fenômeno e objeto do campo da comunicação e julgamos relevante estudar processos de implantação, como forma de registro do que acontece nessas fases iniciais, de como se dá o processo de transformações e se vislumbram os caminhos que serão traçados. Identificando a mobilidade e a portabilidade como potenciais mais concretos de novas experiências nesse momento, como recorte em nossa pesquisa, estamos propondo *compreender as lógicas nos processos interacionais e os usos tentativos do telespectador com o meio e a mensagem na TV digital no celular*, através de um estudo de recepção.

---

<sup>3</sup> No Rio Grande do Sul, por exemplo, somente duas emissoras transmitem sinais digitais: a RBSTV (desde 4 de novembro de 2008) e a Record (desde 4 de dezembro de 2009). As outras quatro emissoras comerciais que assinaram o termo com o Ministério das Comunicações ainda não estão operando.



Nesse artigo, esse “novo” vai ser trabalhado longe de uma visão de ruptura apocalíptica – como se fosse possível o “nascimento” de outra televisão somente pela mudança da transmissão analógica para a digital. Queremos propor uma reflexão teórica sobre que TV é essa? Como ficam as especificidades televisivas em um ambiente de convergência de meios e de experiência dos usuários? Nos próximos tópicos desse ensaio, vamos acionar vários autores e fazer conexões entre conceitos, com as idéias de ecossistema midiático, de convergência, de migração digital, de remediação, entre outros.

### **Que “outras” experiências televisivas traz a TV digital?**

Questionar o que muda com a implantação da TV digital no Brasil pode ter uma resposta mais direta no caso de um enfoque de natureza tecnológica, pois representa descrever a diferença entre os sistemas. A primeira mudança é na forma de transmissão do conteúdo produzido pelas emissoras de TV. No caso da televisão terrestre (há ainda a TV a cabo e a por satélite), tanto a analógica como a digital, transmitem os sinais, cada uma com equipamentos distintos, pelo ar. Porém, como hoje o chamado espectro eletromagnético por onde se dá essa transmissão está com a capacidade muito saturada pelos usos diversos (comunicação de aviões, rádio, telefonia celular, televisão, entre outros), a digitalização representa uma utilização mais eficiente desse espectro (FERRAZ, 2009). Isso porque imagem, som e dados (esse último, só possível na TV digital) agora são codificados em forma binária (0 e 1), o que permite uma compactação maior, aumentando a qualidade e/ou a quantidade de informação no mesmo, ou ainda, em menor espaço, do que o utilizado na transmissão analógica.

A codificação binária abre ainda uma série de potencialidades à TV digital que a analógica não possui ou tem capacidade limitada: a alta definição de som e imagem (*high definition* – HD); a interatividade (devolução de informações pelo telespectador a partir de um canal de retorno); a mobilidade (assistir em movimento) e a portabilidade (assistir em variados suportes como o monitor, o celular e o computador), sem perda de sinal ou interferências no sinal recebido; e ainda a multiprogramação (mais de um programa ou conteúdo ao mesmo tempo, no mesmo canal). Não vamos aqui aprofundar esses detalhamentos tecnológicos, até porque, como referimos, as emissoras têm muito



que desenvolver na parte da produção e também depende do governo uma série de regulamentações. Queremos evitar as projeções do que a tecnologia “pode oferecer”.

Assumimos que, para a comunicação, mais importante do que a consolidação da tecnologia ou de um novo código em si, são os processos, o aprendizado e o que decorre dessas interações quando se instala esse “novo”. Nesse sentido, tentar responder o que é e o que muda na experiência do usuário da TV digital remonta a considerá-la inserida em um universo comunicacional ou, como Carlos Alberto Scolari pontua, em um “ecossistema midiático”, uma metáfora ecológica que tem origem a partir dos textos de outros autores:

... la metáfora del ecosistema aplicada a los medios y a relación cultura/tecnología en general nos permite iluminar las interrelaciones entre todos los elementos que componen la *red sociotécnica* (el concepto es de Pierre Lévy). En este sentido, si tenemos en cuenta que desde la invención de la escritura existen tecnologías de la comunicación, podemos aplicar la metáfora del ecosistema mediático a cualquier época histórica, desde el Imperio Romano ([Harold] Innis) hasta la Modernidad (la galaxia Gutenberg de McLuhan) o la Postmodernidad (la tecnópolis de Neil Postman). Las tecnologías digitales han evidenciado aún más los aspectos reticulares y de recíproco condicionamiento de los factores antes enunciados, por lo que la metáfora ecológica sigue siendo de gran utilidad (SCOLARI, 2009, p.175-176) (grifos do autor e [adição] nossa).

Por “estar” nesse ecossistema, ao mesmo tempo, o usuário da TV digital é também usuário de outras mídias e não há como isolar as características de usabilidade para cada meio. Somos seres midiáticos, tanto prontos para usar aparelhos diferentes no mesmo momento quanto para aplicar as práticas desenvolvidas em um no uso do outro. Assim, a TV digital vai ser olhada em um contexto, principalmente das tecnologias digitais, pois “por más que nos interese investigar un `especie´ en particular (la radio, la prensa, la televisión, la web etc.) estamos en cierta forma condenados a estudiar la ecología donde esa especie nace, crece y relaciona” (SCOLARI, 2009, p.174).

Os próprios limites de suporte entre esses diferentes meios são tênues. A TV, há algum tempo, não é exclusividade do velho aparelho de tubo de raios catódicos no centro da sala: está em versões portáteis, no telefone celular, na Internet pra ser baixada para outros dispositivos. O mesmo acontece com outros meios considerados “velhos” – como o rádio e o cinema – mas também com as “modernas” tecnologias. No entanto, essa não é uma convivência pacífica, de mesmo patamar ou, ao contrário, necessariamente evolutiva. Os meios concorrem, copiam, contaminam, modificam e apropriam-se dos espaços e dos próprios suportes uns dos outros.



**“Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência.”** (JENKINS, 2008, p.41)

Convergência (Jenkins), hibridações intermediáticas (Scolari), migração digital (Vilches), remediação (Bolter e Grusin) e outros... O termo não é o mais importante, pois a matriz a partir da qual cada autor desenvolve a idéia para adotar cada denominação não deixa de ser semelhante ou complementar.

O filósofo e linguista canadense Marshall McLuhan foi um dos precursores em tratar das especificidades dos suportes comunicacionais, mas acabou, de certa forma, esquecido por algum tempo, por ter sido, no início, rotulado como um determinista tecnológico por alguns. Em tempos de mídias digitais, McLuhan tem sido acionado na gênese da maior parte desses conceitos do parágrafo anterior.

Até McLuhan, as tecnologias “continham e transportavam” os conteúdos. Com ele, elas “são” os conteúdos. Ao estudar e refletir sobre os diferentes suportes, o autor cunhou a afirmativa: “o meio é a mensagem” e viu esses meios como “extensões do homem”.

Todas las herramientas y tecnologías humanas, ya sean casa, llave inglesa o ropa, alfabeto o rueda son extensiones directas de nuestro cuerpo o de nuestros sentidos. Las computadoras son extensiones de nuestros cerebros. Como extensiones de nuestros cuerpos, las herramientas y tecnologías nos dan nueva influencia y nueva intensidad de percepción y acción (McLUHAN, 1969, p.38).

Para McLuhan, cada meio é outro meio – o conteúdo da escrita é a fala, a palavra escrita é o conteúdo da imprensa – e os usuários desses meios sofrem consequências psicológicas e sociais pelos usos:

... a mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas. A estrada de ferro não introduziu movimento, transporte, roda ou caminhos na sociedade humana, mas acelerou e ampliou a escala das funções humanas anteriores, criando tipos de cidades, de trabalho e de lazer totalmente novos (McLUHAN, 1964, p.22).

Para o autor, os efeitos das tecnologias não ocorrem aos níveis das opiniões e dos conceitos. “Eles se manifestam nas relações entre os sentidos e nas estruturas de percepção, num passo firme e sem qualquer resistência” (McLUHAN, 1964, p.34). No contexto atual, é como falar da incorporação do computador e da impressora em nossa vida, sem nem mesmo lembrar da máquina de datilografia, por exemplo; ou ainda, numa



perspectiva que supera a da adaptação, observar a geração nativa digital, que nasceu tendo contato com o computador, a sua linguagem e dispositivos, incorporando a outras ações cotidianas a forma de percepção aprendida com a máquina.

Afirmar que cualquier tecnología o extensión del hombre crea un nuevo ambiente, es una forma mucho mejor de decir que el medio es el mensaje. Este ambiente siempre es “invisible”, y su contenido es siempre la vieja tecnología, considerablemente alterada por la acción envolvente de la nueva (McLUHAN, 1969, p.31).

Esses ambientes invisíveis criados pelo uso sem resistência das novas tecnologias seriam “tan imperceptibles como el agua para el pez, subliminales em su mayoría” (McLUHAN, 1969, p.22). Estamos “nadando” no ambiente digital, vivendo essa experiência em contato com a tecnologia, sem necessariamente parar para pensar ou resistir a ela.

Nesse movimento de trazer as discussões do tempo dos meios eletrônicos para o atual, com a digitalização, Scolari, por exemplo, fala em “hibridações intermediáticas” para definir essa adaptação/adoção de linguagens que podem ser identificadas como características de um meio em outro. Porém, em um movimento mais circular – e em ambos os sentidos – do que de superação ou evolução, ele destaca que os “velhos” também se apropriam e modificam a partir dos “novos” meios: “En algunos casos estamos asistiendo al nacimiento de especies bastardas, o sea viejos medios que adoptan o simulan gramáticas y narrativas de los nuevos medios” (SCOLARI, 2009:175).

Na mesma linha, Jay Bolter e Richard Grusin, apresentam o conceito de remediação, ou seja, “a representação de um meio em outro<sup>4</sup>”, que os autores distinguem como uma característica definitiva dos meios digitais. Para eles, na lógica da remediação, nenhuma tecnologia elimina a outra. Na verdade, os novos meios encontram significado cultural exatamente ao renovar – ou remediar – os anteriores e vice e versa:

“In the first instance, we may think of something like a historical progression, of newer media remediating older ones and in particular of digital media remediating their predecessors. But ours is a genealogy of affiliations, not a

---

<sup>4</sup> O que Bolter e Grusin compreendem estar presente na teoria de McLuhan quando ele afirma que o conteúdo de um meio é também o outro meio. “McLuhan was not thinking of simple repurposing [que seria tomar posse de um meio e reusá-lo em outro], but perhaps of a more complex kind of borrowing in which one medium is itself incorporated or represented in another medium” (BOLTER & GRUSIN, 1999, p.41). [explicação nossa, com base nos autores]



linear history, and in this genealogy, older media can also remediate newer ones. Television can and does refashion itself to resemble the World Wide Web, and film can and does incorporate and attempt to contain computer graphics within its own linear form. No medium, it seems, can now function independently and establish its own separate and purified space of cultural meaning<sup>5</sup>. (BOLTER & GRUSIN, 1999, p.55)

A remediação acontece também na convergência de meios. Ao acionar os apocalípticos que previram o colapso da radiodifusão (Nicholas Negroponte) ou que o computador não teria vindo para transformar, mas destruir a cultura de massa (George Gilder), Henry Jenkins afirma que “se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas” (JENKINS, 2008, p.30-31).

A definição de convergência pode partir dos referenciais necessários para a sua concretização. Suely Fragoso (2005) identifica três frentes:

- a) a convergência dos modos de codificação: no mesmo código, no caso o binário, convivem categorias semióticas distintas, como o texto, a imagem e o som;
- b) a convergência dos tipos de suporte: em uma mesma unidade de armazenamento (CD, por exemplo), podem ser colocados tipos de categorias semióticas diferentes;
- c) a convergência dos modos de distribuição: a lógica do *broadcasting* (irradiativa) dos veículos de massa dando espaço para a distribuição sob demanda.

A digitalização ou essa “convergência dos modos de codificação conduz à padronização dos tipos de suporte e favorece a homogeneização dos modos de distribuição dos produtos midiáticos” (FRAGOSO, 2005, p.18). Essa é, no entanto, uma abordagem em que a tecnologia, além de imprescindível, está em primeiro plano para haver convergência.

Como Jenkins, consideramos que além de um nível tecnológico, ela tem um nível cultural. A cultura da convergência é mais do que um processo tecnológico de múltiplas funções em um mesmo suporte ou em uma caixa preta de onde fluem “todos os conteúdos midiáticos”. “A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (JENKINS, 2008, p.28).

---

<sup>5</sup> A última afirmação está próxima a idéia de ecossistema midiático, discutida anteriormente.



Estamos falando de um usuário com um “pensamento convergente”, que busca informações, faz conexões em um ambiente de conteúdos dispersos. A convergência vai além de ver televisão no aparelho celular ou de enviar áudio, vídeo e dados pelo mesmo sistema de transmissão que outro meio. Está ainda na experiência midiática do usuário que não se define somente “telespectador” quando liga a TV. Ele continua sendo leitor, espectador, internauta (referindo Canclini), além de ouvinte de rádio, *gamer* e tudo mais. As ferramentas, as experiências como produtor, principalmente na Internet, enfim, os aprendizados com cada meio acabam presentes no uso do outro.

[La] experiencia de fruición hipertextual ha construido un tipo de lector acostumbrado a la interatividad y las redes, un usuario experto en textualidades fragmentadas con gran capacidad de adaptación a nuevos entornos de interacción. Los medios de comunicación también deben adaptarse a estos nuevos espectadores. Esto no significa, conviene repertirlo, que desaparezcan las formas televisivas anteriores sino que pasan a un segundo plano o se combinan con las nuevas para dar lugar a formatos híbridos. (SCOLARI, 2009, p.183)

“A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (JENKINS, 1999, p.42). Cada vez mais, para o usuário, a sua necessidade e a sua localização (tempo e espaço) vão determinar os suportes a serem usados. Assistir a TV em casa, no trabalho, no ônibus ou na sala de espera do médico é diferente. Num ambiente de convergência, os aparelhos que vão receber o sinal digital da TV em cada um desses ambientes devem considerar as necessidades do usuário.

Assim, a digitalização, que potencializa a convergência, tende a tornar ainda mais complexa a fronteira das especificidades que, em geral, caracterizava os suportes. Ao considerar a Internet como um “ambiente de mídias” para onde devem migrar finalidades comunicativas de meios considerados tradicionais, Fragoso avisa: “uma convergência de tal monta parece prenunciar a indiferenciação das diferentes mídias como as conhecemos hoje” (FRAGOSO, 2005, p.18).

No caso da televisão, se pensarmos que ela pode ser acessada no aparelho fixo, no portátil, no computador e no celular, logo o telespectador perderá aquela que foi a referência – e já não é mais tão evidente – da televisão *broadcasting* analógica, que Letícia Capanema (2008) resume, a partir de vários autores, com as seguintes especificidades: “a imagem eletrônica, o tempo presente, a transmissão monopolizada e unidirecional, seu público de massa, sua recepção privada e fragmentada”.





Com efeito, seja pela expansão através da emergência de modelos derivados de sua estrutura eletrônica, seja pela potencialização da hibridização televisiva através de sua inserção no ciberespaço, o fato é que práticas e expressões próprias do universo da televisão perpassam por outros meios, assim como ela adquire tecnologias e modos de funcionamento que antes não lhe pertenciam. (CAPANEMA, 2008, p.195-196)

O meio não é, portanto, a mensagem nesse ambiente de convergência ou de migração digital, como convencionava chamar Lorenzo Vilches. “Na fase atual do discurso sobre a sociedade da informação, os objetos tecnológicos são percebidos como mutações capazes de transformar-se. A migração digital significa que a mudança é a informação, e a informação é a nova identidade” (Vilches, 2003, p.73). Perdem-se as especificidades antes determinadas por aspectos materiais, econômicos, sociais e culturais, que permitiam distinguir um meio do outro. Agora a mensagem, transformada em um código binário, pode estar em qualquer meio. Isso representaria uma espécie de separação do meio e da mensagem:

Roto el cordón umbilical entre medio y contenido (el muro epistémico de la especificidad de Media/Lenguaje ha caído para siempre), habrá que revisar nuevamente la disyuntiva entre medio y mensaje mcluhaniano. El mensaje o contenido adquiere un status independiente del medio, como un virus que termina por adueñarse del cuerpo o hosting. La información digitalizada puede viajar por la geografía de las plataformas en forma de `televisión´ o en forma de `Internet´. Esto es el universo de la migración digital, cuyo fin último es la convergencia. (VILCHES, 2009, p.161-162)

Essas questões serão diretamente tensionadas na investigação de campo. Na medida em que um mesmo meio recebe conteúdos distintos, o que o usuário identifica? A materialidade do suporte (é celular) ou a origem da mensagem (é televisão)? O sociocultural poderá dar significados ao tecnológico?

Por fim, há ainda a questão da evolução, das fases da televisão. Essa é a busca de alguns autores, que querem continuar a periodicidade das fases de Umberto Eco com a paleo (momento inicial, caracterizado como um meio unidirecional, com ideologia de serviço público, de consumo coletivo familiar, como se fosse um espetáculo a ser assistido) e a neotelevisão (a partir da década de 1980, múltiplos canais e tecnologias de transmissão, de filosofia comercial, com um consumo fragmentado e o um telespectador mais ativo – *zapping*). As mudanças já acontecem e marcam uma nova fase, mas ainda não há consenso no nome a ser dado a ela: pós-televisão (Alejandro Piscitelli), hipertelevisão (Scolari), metatelevisão (Mario Carlón)... Mesmo essa divisão e



denominação de fases não sendo o objetivo de nossa pesquisa, acompanhamos essas discussões, pois algumas chegam a propor o fim da televisão de massa, ou seja, que essa que se inicia será a “última fase” da TV das grandes audiências.

Para esse estudo, a televisão continua tendo especificidades, mesmo que agora não sejam formas de distinção, já que podem ser compartilhadas por outros meios – buscaremos identificá-las. Também ela não deixa de ser televisão se for assistida sob demanda, de forma fragmentada e individualizada – veremos quais são as lógicas nesse processo. O meio, principalmente pela natureza audiovisual, marcou a experiência comunicacional do século XX (Scolari) e ainda, nesse século, é a principal fonte de entretenimento e de informação para muitos, o que se eleva no caso brasileiro.

### **Considerações finais**

Somos um povo televisivo. Praticamente todas as casas têm televisão. Porém, não podemos desconsiderar que o brasileiro está entre os internautas que mais tempo fica conectado na Internet (embora o acesso ainda esteja restrito a maioria rica<sup>6</sup>) e que, a cada mês, cresce surpreendentemente o número de aparelhos celulares em operação no país. O ecossistema midiático está instalado e o telespectador vive a convergência, independente da celeridade da implantação da TV digital, que, no que depende das emissoras e do governo, parece estar mais próxima de repetir a TV analógica por outro sistema de transmissão:

...o conjunto de passos pré-digitalização apresentados e discutidos projeta para a manutenção da situação característica das comunicações no Brasil, em que têm predominado os interesses privados sobre os públicos e o telespectador é visto apenas como audiência, isto é, para atingir o faturamento e a programação molda-se aos propósitos publicitários, a regulamentação é decidida numa articulação quase vedada à sociedade civil, o controle social sobre o conteúdo é inexistente e a propriedade é extremamente concentrada”. (BOLAÑO & BRITTOS, 2007, p.35)

No entanto, a própria lei do mercado, dos propósitos publicitários pela maior audiência, não deve favorecer essa inércia em relação ao investimento na digitalização da TV, ou poderemos ficar sem consumidores, no médio-longo prazos. Hoje, ainda convivem os dois tipos de telespectadores: os pré-digitais e os digitais:

---

<sup>6</sup> Somente 1,7% dos domicílios pobres tem acesso a Internet, segundo pesquisa da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal). (CARMO, 2009)



Una de las distinciones básicas es la que corresponde hacer entre las audiencias formadas en la época “gutenberguiana” o en la digital. Los estudios sobre comunicación han debatido en qué medida influyen la familia, la escuela y los medios en la formación de los gustos. En la actualidad, es decisivo agregar a esas diferencias la pregunta de si los hábitos culturales se estructuraron predominantemente a través de la escritura o el acceso digital. Condicionamientos parecidos no generan gustos ni comportamientos semejantes en quienes se socializaron en la lectura, en la época de la televisión o de Internet. Además de los contextos socioeconómicos y educativos, las conductas personales se desenvuelven según la naturaleza de las escenas formativas originarias. (CANCLINI, 2008., p.28)

Portanto, é indiscutível considerar que o telespectador digital é diferente e, pode-se dizer, mais participante do que o analógico por tudo o que representa a vivência em um ambiente de várias tecnologias digitais. Nestor García Canclini, da corrente latino-americana dos estudos de recepção, observa que “...las audiencias de la televisión predigital eran menos activas que los usuarios de Internet” (CANCLINI, 2008, p.31).

Embora a grande maioria dos telespectadores brasileiros ainda viva em uma realidade pré-digital, não é para esses que a TV digital é projetada enquanto produto a substituir a TV analógica na próxima década e sim para o público da convergência, que Ana Silvia Lopes Davi Médola, vê como um

telespectador que já não encontra na televisão tradicional recursos capazes de atender as aspirações de conexão com o mundo midiático. Toda uma geração que nasceu e vive sob as redes de comunicação da nova plataforma vem alterando os hábitos de consumo de mídia, exercendo, ainda que involuntariamente, enorme pressão sobre diferentes setores ligados à televisão...” (MÉDOLA, 2009, p.247)

A amostra de telespectadores na nossa pesquisa vai trabalhar com esse público, uma vez que a adesão a TV digital, no caso no celular, mas também em geral, ainda exige altos investimentos. Isso acaba selecionando também por nível social, determinando a maior possibilidade de cidadãos digitais, pois “o abismo entre conectados e não conectados não é regional, mas de classes” (VILCHES, 2003, p.39). Com isso, pretendemos contribuir com investigação empírica para essas discussões.

## **Referências Bibliográficas**

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. A televisão brasileira na era digital: Exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo, Paulus, 2007.



- BOLTER, Jay D. & GRUSIN, Richard. *Remediation: understanding new media*. Cambridge, MIT Press, 1999.
- CANCLINI, Néstor García. *Leitores, espectadores e internautas*. Tradução: Ana Goldberger. São Paulo, Iluminuras, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Libros, pantallas y audiencias: ¿qué está cambiando? Comunicar*. Nº30, Revista Científica de Comunicación y Educación.v. XV, 2008
- CAPANEMA, Letícia. *A televisão expandida: das especificidades às hibridizações*. Revista Estudos Comun., Curitiba, v. 9, n. 20, p. 193-202, set./dez. 2008
- CARMO, Maria. *Menos de 2% dos pobres no Brasil têm acesso à internet*. <http://www.direitoacomunicacao.org.br> Acesso em 20/04/2009
- CASTRO, Daniel. *Venda de TVs vai bater recorde em 2010*. 08/04/2010 <http://www.adnews.com.br/midia/101629.html> Acesso em 08/04/2010
- FERRAZ, Carlos. *Análise e perspectivas da interatividade na TV digital*. In SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs). *Televisão Digital – desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Ed. Sulina, 2009. p.15-43
- FRAGOSO, Suely. *Reflexões sobre a convergência midiática*. Revista Líbero. Ano VIII – nº15/16, 2005. p. 16 a 21.
- JENKINS, Henry. *Venere no altar da convergência: um novo paradigma para entender a transformação midiática*. In JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*, São Paulo, Aleph, 2008. p.25-50
- McLUHAN, Marshall. *Contra-Explosion. (Counterblast)*. Tradução: Isidoro Gelstein., Buenos Aires, Paidós, 1969.
- \_\_\_\_\_. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo, Cultrix, 1974.
- MÉDOLA, Ana Silvia Lopes Davi. *Televisão digital, mídia expandida por linguagens em expansão*. In SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs). *Televisão Digital – desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Ed. Sulina, 2009. p.247-260
- MORAES, Eider. *Aprovada norma técnica para a TV digital*. 05/04/2010. <http://www.mc.gov.br/noticias-do-site/22497-aprovada-norma-tecnica-para-tv-digital>. Acesso em 05/04/2010
- SCOLARI, Carlos Alberto. *Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad em la televisión contemporânea*. In SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs). *Televisão Digital – desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Ed. Sulina, 2009. p.174-201
- VILCHES, Lorenzo. *A migração digital. (La migración digital, 2001)*. Rio de Janeiro, PUC-Rio. São Paulo, Edições Loyola, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Televisión digital: entre la esperanza y el exceptismo*. In: SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs). *Televisão Digital – desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Ed. Sulina, 2009. p.157-173