



Democracia Nas Novas Mídias Audiovisuais: TV Digital e You Tube ¹

Angélica Frankenberger ²

Maikon Thiago Gebauer Schulz ³

Deivi Eduardo Oliari ⁴

Prof. Elvys Sewald ⁵

Centro Universitário Leonardo Da Vinci – UNIASSELVI – Indaial - SC

Resumo

Este presente artigo visa fazer uma análise da importância do audiovisual para a comunicação, abordando sua origem e traçando uma linha até as novas formas de veiculação em mídias tecnológicas, ao colocar em evidência o contraste entre duas formas interativas e recentes de mídias audiovisuais – a TV digital, como revolução em qualidade e tecnologia, e o You Tube, como ícone de compartilhamento e viralização do audiovisual.

Palavras-chave: Comunicação; Audiovisual; Democracia; You Tube; Tv Digital.

1 Introdução

A comunicação audiovisual se apresenta atualmente como uma ferramenta prática e versátil para disseminação de idéias, cultura popular, modismos, tendências e comportamento contemporâneo. É facilmente assimilada por quem assiste, comenta, repassa e assim alimenta o ciclo de vida desta forma de comunicação.

Foi assim desde o surgimento do cinema no século XIX, com os irmãos Louis e Auguste Lumière, que causaram curiosidade na parte da população que podia se dar ao luxo de apreciar uma “sessão de cinema” e que mudaram hábitos de vida e de consumo na Europa. Hoje, os meios audiovisuais ainda causam revoluções na sociedade: mesmo não tendo abandonado as salas de cinema e os televisores, outras formas de chegar ao receptor foram e estão sendo criadas. You Tube, TV digital, TV via celular e inúmeros

¹ Trabalho apresentado no INTERCOM Jr II 04 – Comunicação Audiovisual do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2010.

² Acadêmica do Curso de em Comunicação Social (UNIASSELVI); E-mail: angelica_frankenberger@hotmail.com.

³ Acadêmico do Curso de em Comunicação Social (UNIASSELVI); E-mail: maikon_atoxa@hotmail.com.

⁴ Orientador, Doutorando e Mestre em Ciências da Linguagem-Tecnologia da Informação (UNISUL); Especialista em Propaganda e Marketing (UNIVALI); Graduado em Comunicação Social (UNIVALI); Coordenador e Docente do Curso de Comunicação Social – UNIASSELVI; Docente da Pós Graduação (ICPG). E-mail: deivi.professor@uniasselvi.com.br.

⁵ Docente do Curso de Comunicação Social da UNIASSELVI. Docente da Pós Graduação (ICPG). E-mail: elvys@lince.com.br



sites na Internet que permitem *upload*⁴ e compartilhamento de vídeos vêm crescendo e conquistando mais usuários.

Essas novas mídias vêm com o intuito de ampliar a interatividade no audiovisual, permitindo um *feedback*⁵ do receptor e um efeito viral de compartilhar, comentar, sugerir e indicar sua programação favorita para muitas outras pessoas, através das redes de relacionamento.

Para entendermos de onde surgiu essa necessidade de comunicar através de uma linguagem audiovisual, é necessário entender como surgiu essa forma de comunicação e a evolução que sofreu ao longo do tempo até chegar aos dias de hoje, que foi um retrato da evolução da própria tecnologia.

2 O que é Audiovisual – Definições

Audiovisual é toda forma de comunicação que combina recursos visuais e sonoros. É uma comunicação que permite ao receptor ver e ouvir ao mesmo tempo a mensagem codificada pelo emissor através de signos visuais e efeitos auditivos (música, ruído, efeitos sonoros, etc). No Brasil, o Ministério da Cultura define:

Audiovisual - a [obra] que resulta da fixação de imagens com ou sem som, que tenha a finalidade de criar, por meio de sua reprodução, a impressão de movimento, independentemente dos processos de sua captação, do suporte usado inicial ou posteriormente para fixá-lo, bem como dos meios utilizados para sua veiculação (Lei 9610/98 – Art. 5º Par. VIII – item “i”).

Genericamente, podem ser considerados materiais audiovisuais: comerciais, trailers, compilações, documentários, séries, novelas, minisséries, educacionais, filmes, eventos ao vivo (filmados), multimídias, vídeo clipes, reportagens, performances, curtas-metragens, esportes transmitidos em *broadcast*⁶.

⁴ transferência de dados de um computador local para um servidor.

⁵ resposta do receptor à comunicação recebida.

⁶ transmissão em larga escala para vários receptores ao mesmo tempo.

“O que caracteriza um sistema audiovisual não é apenas o seu *medium*, a aparelhagem de difusão, mas também a sua mensagem, isto é, o seu conteúdo”



(MATRAS, 1990, p.29), e por isso o audiovisual tem toda uma linguagem própria dependendo de sua intenção, sua utilização e o público a que se destina: documentários são diferentes de filmes, que são diferentes de VTs comerciais, que são diferentes de programas de entrevistas, embora os princípios técnicos para propagação e constituição da mensagem sejam similares e tenham a mesma base.

O audiovisual como ferramenta de comunicação oferece a possibilidade de aproximar o emissor da mensagem de seu receptor: num programa de televisão, por exemplo, o apresentador cumprimenta os telespectadores como se estivesse pessoalmente em suas salas de estar; um filme cria a afinidade necessária para que a pessoa que o assiste se sinta como se estivesse dentro do enredo. Isso envolve de tal forma o receptor da mensagem, que tanto o meio quanto o conteúdo transmitido ganham credibilidade e veracidade. “Para a maior parte dos seres vivos, o audiovisual é uma constante fundamental [...]; ele desempenha, pois, um papel fundamental na conservação do indivíduo (MATRAS, 1990, p.13).

Cada sociedade encerra um patrimônio próprio de costumes e aspirações que virá a determinar o comportamento básico da comunicação eletrônica. E mais, estes valores são móveis, comportando oscilações. O que parece essencial é a necessidade de se compreender, por um lado, a importância e o poder de um veículo como a TV dentro de uma cultura e, por outro, a urgência de mecanismos que permitam o controle e a adequação do mesmo à realidade social correspondente. (ALMEIDA, 1988, p.51)

Além disso, o audiovisual é um espelho da sociedade que o cria, ao mesmo tempo em que influencia modas, costumes, hábitos. Ele cria, por sua própria essência, essa relação de mão dupla com o público. Dessa forma, todo audiovisual é

um discurso sensível sobre o mundo [...] algo parece se insinuar na história do audiovisual e poderia ser sumariamente interpretado como uma ânsia de passar do visível ao invisível, do concreto ao abstrato, da mostração à demonstração, com os novos instrumentos que o pensamento criou para melhor pensar (MACHADO, 2010)

Esse discurso não se prende ao meio onde é transmitido, pode ser adaptado a diversas mídias e linguagens, desde que mantenha-se focado no seu objetivo e consiga atingir o público desejado.



3 História do Audiovisual

A trajetória do audiovisual inicia-se com a história do cinema. Entretanto, para entendermos sua concepção e o cenário para seu surgimento, podemos compreender o período anterior ao cinema, quando através de fotografias buscava-se representar a realidade da forma mais fiel possível, ainda que precariamente. Havia ainda a necessidade de dar à imagem o artifício do som, ainda que não fosse o original ou fiel à imagem apresentada.

Surgido através da fotografia, o cinema, precursor de todas as outras formas audiovisuais, não tinha o intuito de ser apenas imagens em movimento, mas imagens com significados e explorando o recurso de aparelhos de reprodução de som que também estavam em fase de desenvolvimento em fins do século XIX.

Desde seu surgimento, o audiovisual vem se transformando para tentar atingir o maior público possível, das mais variadas formas. Ele é uma poderosa ferramenta para ensinar, persuadir, contar a história e cultura de um povo. Por representar uma realidade em movimento (fictícia ou não), algo que está acontecendo (na “vida real” ou na ficção), este formato estreita a comunicação com o espectador, criando uma afinidade, uma expectativa de saber seu desfecho.

O cinematógrafo foi inventado por um fotógrafo, Louis Lumière. Mas foram o americano Thomas Edison e o europeu Charles Pathé, pioneiros do fonógrafo, que o industrializaram e lhe conferiram o seu padrão comercial. Em todo caso, considerar o cinema como herdeiro da fotografia estática é uma concepção errônea. A música sempre foi um acompanhante vital, mesmo nas primeiras apresentações do cinematógrafo feitas por Lumière, na década de 1890. Buscaram-se sistemas de som desde os primeiros dias, e o assim chamado cinema mudo carecia não de som, mas simplesmente de falas sincronizadas. (ARMES, 1999, p20)

A complexidade e riqueza do audiovisual se devem ao fato de atingir dois sentidos (audição e visão) de uma única vez, e ainda conseguir utilizar vários tipos de linguagens diferentes dependendo da situação e da intenção do material, seja ele um filme, um comercial, um documentário ou qualquer outro tipo.

4 A Importância do Audiovisual: A Abrangência da TV Analógica



Um formato audiovisual que está presente em 97,1% dos lares brasileiros é a televisão no formato analógico, segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD (2010). A relevância desse meio é facilmente percebida quando colocamos essa perspectiva em comparação com outros tempos, quando as pessoas não utilizavam este recurso:

O ser humano assiste diariamente algumas horas de televisão. Somos a primeira geração com a qual acontece um fenômeno desse porte. Nenhum imperador da antiguidade, ainda que tendo o direito de vida ou morte sobre o cidadão, tinha o poder de entrar em todos os domicílios de seu país, e de martelar horas a fio a visão de mundo de crianças, adultos e idosos. Este fenômeno nasce como um complemento dos processos econômicos, se sobrepõe a eles e se torna gradativamente dominante. (DOWBOR, 2000 apud MARTINEZ, 2005, p.49)

Shows, apresentações, programas educativos, telejornais, tudo isso chega até a casa de milhões de brasileiros diariamente pela TV e pode ser gravado, distribuído, vendido e comprado graças às tecnologias que envolvem todo o processo de produção de um material audiovisual.

A televisão é o retrato da necessidade intrínseca que o ser humano tem de se comunicar diariamente, a todo instante. Ele cria um elo entre emissor e receptor que não fica atado ao tempo ou localização geográfica; a mensagem não perde sua essência, mesmo podendo ser incrementada com diversos recursos de som, efeitos de edição e montagem, a critério da criatividade de seu autor ou produtor.

Neste sentido, Matras ressalta o audiovisual como um espelho e um exemplo para a sociedade, num processo de mão dupla:

O audiovisual está no centro dessas preocupações: devia ser possível passar sem ele, no entanto, tornou-se tão exigente quanto uma droga; é simultaneamente uma causa, um símbolo e um meio de expressão do mal-estar perante a chamada sociedade de consumo que muitos jovens sentem, nomeadamente os que reconhecem que nem sempre é fácil <<progredir sem regredir>> (MATRAS, 1990, p.137)



Dessa forma, compreende-se a importância do audiovisual e de sua função na sociedade, como forma de ensinar, entreter, criar e fortalecer hábitos, além de criar seu próprio universo, com sua própria linguagem, 24 horas por dia na forma de televisão.

5 O Audiovisual, a Tecnologia e a Democratização da Comunicação

“O conteúdo audiovisual é uma das maiores economias do mundo contemporâneo e tem uma produção pautada pela inovação” (MARTINEZ, 2005, p.120). Inovação que na última década fez crescer o mercado e aumentar o consumo de diversas mídias audiovisuais, e fez com que os próprios materiais audiovisuais acompanhassem as evoluções culturais do ser humano. Com o surgimento e expansão da Internet na década de 1990, e sua explosão de usuários nos anos 2000, muitos pesquisadores viam o fim dos demais meios esmagados pela força arrasadora Internet. O que acontece, na realidade, é adaptação das mídias tradicionais ao espaço virtual. E com o audiovisual não é diferente. Ele surge num ambiente visto como democrático por natureza, onde basta estar conectado à rede para enviar e receber todo o tipo de informação.

A democracia é uma forma de governo onde a população exerce o poder, guiada por preceitos de liberdade e igualdade de direitos e onde cada cidadão tem direito de interferir no poder público (ARISTÓTELES apud MARTINEZ, 200, p.43). É este o sentido que as novas tecnologias buscam para o audiovisual, levando para o audiovisual o sentido de ágora moderna: um local onde idéias são expostas, obras são criadas, e que ao mesmo tempo não se encerram em si mesmas, abrindo espaço para análise, discussão, estudo agora num mundo cada vez mais interativo, dando margem também ao compartilhamento, aos comentários, às indicações de vídeos, filmes, comerciais entre os indivíduos.

Assim como os novos recursos remodelam as novas maneiras de perceber a realidade, refocalizam também a nossa visão de linguagem. Não se trata apenas da existência recente de novas formas de comunicação – cada uma com seu próprio padrão verbal e sintático: a análise do filme documentário; o relato da testemunha “ao vivo”; o jargão do apresentador de entrevistas. Não é nem sequer a existência de um novo tipo de discurso na forma como os programas de rádio e televisão falam com a sua audiência, dirigindo-se a ouvintes e espectadores ausentes de maneira direta e individualizada, embora eles não possam tomar parte de uma comunicação de mão dupla. (ARMES, 1999, p.16)



Essa democracia no espaço audiovisual vem para trazer mais funcionalidade para o cotidiano das pessoas: ao invés de apenas assistir a um reality show, por exemplo, o espectador liga, vota em enquetes *on line*, interage com seus programas favoritos. “Com o desenvolvimento da mídia eletrônica, a indústria que molda a consciência passou a determinar o ritmo do desenvolvimento social e econômico de sociedades no último estágio da era industrial” (ENZENSBERGER, 1972, p.99 apud ARMES, 1999 p.102).

Almeida (1988, p.15) complementa: “se durante quase meio século foi imposta ao telespectador a condição de agente passivo no contexto da comunicação eletrônica, com o advento das novas tecnologias este quadro tem se revertido drasticamente”.

A possibilidade de um uso democrático de um meio audiovisual *on line* cuja produção é barata e a veiculação é gratuita coloca em xeque o uso de todo um aparato técnico e conceitual criado pela indústria cultural. Ambos acabam tendo notoriedade e possibilidade de divulgação, independente da irrelevância de um ou dos custos mirabolantes do outro.

Refletir sobre democracia nos remete à obrigatoriedade de discutir o papel do audiovisual, enquanto mass media na sociedade. Para começo de conversa, é preciso delimitar duas premissas fundamentais. O audiovisual como uma atividade que permite a produção, transmissão e recepção de símbolos em escala e em proporções universais. E a democracia como uma questão de universalização do poder, mesmo que de forma representativa. Essas premissas conduzem à chave para pensar a questão: a relação entre símbolo, poder, mercado e sociedade. (MARTINEZ, 2005, p.45)

A “universalização do poder” de que trata o autor traz o sentido de que cada indivíduo pode ter voz (e por que não imagem?) através da tecnologia e nos leva à reflexão sobre a democracia audiovisual e o espaço aberto onde teoricamente todos são iguais e tem a mesma oportunidade de comunicar.

6.1 TV Digital



A TV digital vem trazendo alterações no modo de assistir e se relacionar com este meio, que não havia sofrido mudanças drásticas na forma de exibição desde o surgimento da TV a cores.

A grande transformação da TV digital está na forma de exibição ao espectador, pois na produção dos materiais emissoras e produtoras já utilizam processo digital no desenvolvimento dos materiais. "A digitalização abre possibilidades sem precedentes de transmissão de imagens e áudio digitais com qualidade superior intrínseca (remoção de fantasma, maior resolução e alcance) melhorando em muito a qualidade dos atuais televisores" (ZUFFO, 2006, p.11). Mudança no formato de tela para 16:9 e melhor qualidade de som são características físicas da TV digital, além disso ela traz uma revolução em termos de interatividade: permite acessar programas de TV via celular em qualquer parte, ver um programa em diversos ângulos diferentes (principalmente em esportes, apresentações musicais, espetáculos, etc), fazer compras diretamente pela TV, responder pesquisas, ver guia de programas, acessar a Internet e usufruir de muitos outros serviços utilizando o próprio aparelho de TV.

Entretanto, para isso acontecer, é preciso que o sistema esteja fortemente consolidado, o que pode levar mais tempo que o esperado, pois apenas dessa forma poderá ser adaptado e modelado à cultura do país.

A TV de alta definição vive, em síntese, as agruras de uma tecnologia cujo implante acarreta uma transformação de base na comunicação contemporânea. Adaptação de televisores, realinhamento de frequências, obsolescência de equipamento de produção, enfim, um conjunto de mudanças que, somadas, dão bem a dimensão da complexidade do problema. (ALMEIDA, 1988, p.103)

Abaixo o mapa montado pelo Site oficial da Televisão Digital Brasileira mostra que para a TV digital ser um sistema sólido no país falta ainda um longo caminho; apenas capitais e alguns centros urbanos possuem essa tecnologia disponível para sua população.

FIGURA 01: MAPA DA TV DIGITAL NO BRASIL

Fonte: Site Oficial da Televisão Digital Brasileira – Maio/2010



6.2 You Tube

O You Tube foi criado por Chad Hurley e Steve Chen em 2005 e nasceu como uma solução para compartilhar vídeos, já que os arquivos, até então muito pesados, se tornavam praticamente impossíveis de ser enviados por e-mail. Atualmente o site chega a exibir cerca de 100 milhões de arquivos por dia, com cerca de 65 mil novas postagens diárias.

[...] há uma outra característica atrativa, responsável pelo grande sucesso do YouTube; a qual justifica o slogan do site, “Broadcast Yourself” (algo como, “Transmita-se” ou “Transmita você mesmo”): a capacidade do site em armazenar arquivos de vídeo postados por internautas, independentemente da qualidade do vídeo, do assunto tratado ou da existência de uma autorização prévia para a divulgação do material. (BREISSAN, 2007, p.3)

Esse *broadcast* de qualquer pessoa, sendo ela famosa ou anônima, traz o conceito de espaço livre, aberto a todo e qualquer indivíduo que queira comunicar. “Esses avanços repercutem na mídia televisiva tradicional, que se vê levada não apenas a sofisticar sua programação, como a desenvolver mecanismos alternativos de aproximação com o telespectador” (ALMEIDA, 1988, p.15)

De um lado fica o You Tube, gigante da rede que oferece gratuitamente o compartilhamento de vídeos sem limite, com vasta variedade de temas, porém com baixa qualidade, e de outro a TV digital, renovando todos os conceitos de qualidade de imagem de com recursos de alta definição, mas que apresenta-se até o momento como uma tecnologia que encontra entraves ainda para ser instaurada maciçamente.

Todo meio novo no último século tem sido saudado com euforia, e também com predições sombrias. Cada um tem sido visto por alguns como caminho para um público mais bem-informado, a efetivação plena da democracia e, por outros, como o caminho para um maior controle social, uma dominação do indivíduo. (BARNOUW, 1982, p.491-2 apud ARMES, 1999, p.105)



“A tecnologia isoladamente não é boa nem má – mas isso é um truísmo: a análise da mesma não pode ser separada das relações sociais em que surge, é manuseada e extrai sentido” (RÜDIGER, 1999, p.81).

7 Considerações Finais

Não é de hoje que o audiovisual tem a proposta de ser uma forma de comunicação democrática e interativa. Ele já surgiu com o objetivo de estar o mais próximo possível de uma comunicação ao vivo, boca a boca, corpo a corpo. De fazer do espectador muito mais que um receptor de uma mensagem, transformá-lo num cúmplice, mesmo que muitos outros milhões de pessoas estejam recebendo a mesma informação.

A mudança primordial para que a linguagem e o próprio material audiovisual se tornassem mais abertos ao público se comunicar através dele, fazendo o caminho contrário ao tradicional (de produção em larga escala e distribuição para a grande massa) foi em termos de tecnologias que possibilitam por em prática sua vocação como uma comunicação democrática.

É esse o caminho que o audiovisual está traçando, rumo a uma maior abertura de um espaço onde todos tenham a mesma chance de comunicar, adquirir e compartilhar conhecimento.

8 Referências Bibliográficas

ABRISAN – Associação Brasileira de Registro de Obras Audiovisuais. **O que é audiovisual**. Disponível em www.abrisan.com.br/audiovisual.php, acessado em Maio de 2010

ALMEIDA, Candido J.M. **Uma nova ordem audiovisual: novas tecnologias de comunicação**. São Paulo: Summus, 1988.

ARMES, Roy. **On vídeo: o significado do vídeo nos meios de comunicação**. São Paulo: Summus, 1999. 267p



BARNOUW, Erik. **Tube of plenty: the evolution of american television**. Nova York, Oxford University Press, ed.revisada, 1982

BEDINELLI, Talita. **Brasil tem mais lares com TV a cores do que com esgoto**. Disponível em www.pnud.org.br, publicado em 13 Jun. 2010

BRASIL. **Decreto-lei n.9610**, de 19 de Fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em <www.cultura.gov.br> acessado em Jun.2010

BRESSAN, Renato T. **YouTube: intervenções e ativismos**. Artigo publicado em 2007 na Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste – Juiz de Fora – MG. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2007/resumos/R0040-1.pdf>

ENZENSBERGER, H.M. “**Constituents of a theory of the media**”. In: D.McQuail (ed.) *Sociology of Mass Communicatios*. Harmondsworth, Penguin, 1972, p. 99.

MATRAS, Jean-Jacques. **O Audiovisual**. Publicações Europa-América: Mem Martins – Portugal, 1990

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 4ª edição, São Paulo: Editora Senac, 2005, 251 p.

_____. **O filme-ensaio**. Disponível em <www.intermidias.com>, acessado em 12 Jun. 2010

MARTINEZ, André. **Democracia audiovisual: uma proposta de articulação regional para o desenvolvimento**. São Paulo: Escrituras/Instituto Pensarte, 2005.

ZUFFO, Marcelo K. **TV digital aberta no Brasil**. Escola Politécnica, USP, São Paulo, 2006. Disponível em <www.lsi.usp.br/~mkzuffo/repositorio/politicaspUBLICAS/tvDigital/TVDigital.pdf> acessado em Maio-Jun. 2010

RÜDIGER, Francisco. **Comunicação e teoria crítica da sociedade: Adorno e a escola de Frankfurt**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 1999. 261p



Site Oficial da TV Digital Brasileira. Disponível em <www.dtv.org.br> acessado em
Maio/2010