



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA – UFBA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

RITA VIRGINIA ALVES SANTOS ARGOLLO

A TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA NA *WEB*: UM ESTUDO
SOBRE A TV UESC

Salvador
2012

RITA VIRGINIA ALVES SANTOS ARGOLLO

**A TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA NA *WEB*: UM ESTUDO
SOBRE A TV UESC**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Educação.

Orientador: Prof. Dr. Edvaldo Souza Couto

Salvador
2012

A693

Argollo, Rita Virginia Alves Santos

A televisão universitária na *web*: um estudo sobre a TV UESC / Rita Virginia Alves Santos Argollo. – Salvador, BA : UFBA, 2012.

265 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Edvaldo Souza Couto.

Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia.

Programa de Pesquisa e Pós-graduação em Educação.

Inclui bibliografia.

1. Televisão no ensino superior. 2. Televisão – Estações educativas. 3. Comunicação na educação. 4. Televisão na educação. 5. Tecnologia educacional. I. Título.

CDD 378.17

RITA VIRGINIA ALVES SANTOS ARGOLLO

**A TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA NA WEB: UM ESTUDO
SOBRE A TV UESC**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Educação, Faculdade de Educação da Universidade Federal da Bahia.

Aprovada em 04 de junho de 2012.

Banca Examinadora

Edvaldo Souza Couto – Orientador Edvaldo Souza Couto
Doutor em Educação pela Universidade Estadual de Campinas, Unicamp,
Campinas.
Universidade Federal da Bahia

Ricardo Oliveira de Freitas Ricardo Oliveira de Freitas
Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ,
Rio de Janeiro.
Universidade do Estado da Bahia

Daisy Oliveira da Costa Lima Fonseca Daisy Oliveira da Costa Lima Fonseca
Doutora em Educação pela Universidade Federal da Bahia, UFBA, Salvador.
Universidade do Estado da Bahia

Miguel Angel García Bordas Miguel Angel García Bordas
Doutor em Filosofia pela Universidad Complutense de Madrid, UCM, Espanha.
Universidade Federal da Bahia

Nelson De Lucca Pretto Nelson De Lucca Pretto
Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, USP,
São Paulo.
Universidade Federal da Bahia

DEDICATÓRIA

Ao invisível, tão presente em nossas vidas.

AGRADECIMENTOS

*E desconhece do relógio o velho futuro
O tempo escorre num piscar de olhos
E dura muito além dos nossos sonhos mais puros
Bom é não saber o quanto a vida dura
Ou se estarei aqui na primavera futura
Posso brincar de eternidade agora
Sem culpa nenhuma
(Mart´nália e Zélia Duncan, Benditas)*

Enfim, cheguei. Esta trajetória que durou quatro anos, aparentemente curta e simples, mas que traz profundos significados pessoais, foi marcada por muitos encontros e descobertas. Com livros e diversos outros textos impressos, com a riqueza infinita viabilizada pela internet, com a labuta da escrita. No entanto, a mais valiosa aquisição desse período me parece terem sido os seres humanos que encontrei pelo caminho. O mais perverso e o mais sublime que cada um traz na alma foi o que me permitiu cada passo. Por isso, os agradecimentos são amplos.

Em primeiro lugar, agradeço ao Grupo de Pesquisa em Educação, Comunicação e Tecnologias (GEC), ligado à linha de pesquisa Currículo de (In)Formação, do Programa de Pós-Graduação em Educação, da Faculdade de Educação (Faced - UFBA). Ali contei com o apoio e conhecimento do meu orientador, prof. Dr. Edvaldo Souza Couto, que, com palavras incisivas, muito me ensinou sobre ser pesquisadora. Com ele, aprendi a postura, a dedicação, a persistência, a começar a desenvolver uma escrita objetiva, mas comprometida. Devo agradecer ao Prof. Nelson De Luca Pretto, coordenador do GEC, pelas discussões, ideias, por fomentar constantemente a produção de conhecimento. Meu reconhecimento se estende à Prof. Maria Helena Bonilla, pelo amparo, pelos ensinamentos, pelo comprometimento profissional.

Também no GEC ganhei amigos queridos, com os quais compreendi a importância e o sentido do compartilhar. Sule Sampaio, minha amada e eterna professora, quantas vezes me tirou do sufoco e da agonia... Adriane Hallman, que me apresentou conceitos, ideias, discussões, palavras valiosas. Valdirene Cássia, que sempre tem as palavras certas, as atitudes de apoio, a postura

forte. Luciana Oliveira, Géssica Aragão, Leila Silva, Doriedson Almeida, José Américo, Nícia Riccio, Darlene Almada, Sérgio Sganzerlla, companheiros de caminhada, que contribuíram com a minha formação.

Minha gratidão à banca de qualificação, em especial à professora Itânia Gomes, que discutiu uma primeira versão desta tese e apresentou elementos de fundamental importância para a reestruturação da pesquisa.

Devo agradecer imensamente à Universidade Estadual de Santa Cruz, por me proporcionar este período de aprendizagem e crescimento profissional e pessoal. Muito obrigada também aos professores e bolsistas da TV UESC, que carinhosamente colaboraram para o desenvolvimento desta pesquisa.

Um “valeu” para meus amigos, que suportaram a chatice, a inconstância, que torceram, vibraram e aceitaram a minha reclusão. Outro, para Julianna Torezanni e Antônio Figueiredo, ex-alunos, colegas de trabalho e amigos que contribuíram com os textos iniciais das minhas novas descobertas. À querida Fabiana Sasi, que, nesse período, assumiu o papel da mãe nos aniversários das minhas filhas.

Meu muito obrigado ao apoio incalculável que tive de Mônica Rodamilans, um ser extremamente competente no âmbito profissional e de coração iluminado. Alguém que nunca vi, mas que me conduziu pelas mãos na árdua e solitária tarefa da escrita.

Meu reconhecimento especialmente à minha família, mais intensamente a Lahiri, Lis e Mel, que foram obrigados a conviver com a ausência, a neurose, os livros, a ansiedade e toda a desordem material e emocional característicos dessa fase. E vislumbravam o fim do caminho em cada palavra digitada.

Por tudo e por todos, devo ser grata, sempre! Porque outros desafios virão.

*Benditas coisas que eu não sei
Os lugares onde não fui
Os gostos que não provei
Meus verdes ainda não maduros
Os espaços que ainda procuro
Os amores que eu nunca encontrei
Benditas coisas que não sejam benditas
(Mart´nália e Zélia Duncan, Benditas)*

Ela começou a mexer os cabos atrás da tela. Então o pai perguntou: “O que você está fazendo?” A menina esticou a cabeça e disse: “Procurando o *mouse*.”

Clay Shirky, 2011 – Diálogo entre o pai e a filha de quatro anos, enquanto assistiam a um filme na TV

ARGOLLO, Rita Virginia Alves Santos. *A Televisão Universitária na web: Um estudo sobre a TV UESC*. 265 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

RESUMO

Esta pesquisa traz como tema a Televisão Universitária na *web* – um estudo sobre a TV UESC. A fim de investigar esta temática, tomou-se como campo de pesquisa a TV UESC – uma tevê universitária implantada como projeto de extensão pela Universidade Estadual de Santa Cruz, em Ilhéus, Bahia – com o objetivo de analisar e discutir os usos desta modalidade televisiva por alunos e professores de Comunicação Social, que integram este projeto de extensão, como forma de difusão de produtos audiovisuais realizados na universidade e como instrumento estruturante de novas formas de ensino-aprendizagem. Buscou-se perceber, compreender e propor reflexões acerca dos elementos que apontam para um processo de aprendizagem nas criações da chamada TV universitária na *web*, identificando as maneiras como a apropriação da linguagem da *web* e de suas potencialidades levam a um processo de aprendizagem. A pesquisa segue a linha da abordagem qualitativa, do tipo etnográfico, que requer que o pesquisador atue como instrumento principal na coleta e análise de dados, sendo um mediador durante todo o tempo e se preocupando com a evolução do fenômeno e não com os resultados finais, em busca de novas formas de compreensão da realidade. Foram adotados como instrumentos para coleta de dados entrevistas semiestruturadas, realizadas com os professores e bolsistas que compõem esta TV Universitária, e a análise documental, a partir dos ambientes da TV UESC na internet (Facebook, YouTube, Orkut e Twitter) e do projeto de solicitação de um canal aberto enviado ao Ministério das Comunicações e do Plano Nacional de Outorgas 2011. Com este estudo foi possível perceber que, embora lidar com a rede mundial de computadores não represente um desafio para os jovens, bolsistas e professores precisam compreender que exercitar as lógicas de permanência de ambientes criados no ciberespaço é de fundamental importância, uma vez que abrir frentes de trabalho na *web*, tendo diversos endereços que não são satisfatoriamente atualizados, pode resultar em efeito contrário ao desejado, pois o público valoriza os espaços que oferecem constantemente novidades e instantaneidade. Percebeu-se, ainda, que esse saber não pode ficar restrito a um grupo de estudantes que teve acesso a estruturas adequadas para o desenvolvimento dessas capacidades. A colaboração entre pares é o que vai levar à propagação deste conhecimento a um número maior de indivíduos, possibilitando que desponham outras possibilidades de aprendizagem, que independem do ensino formal – a ciberaprendizagem, baseada em descobertas, encontros, compartilhamentos, construção colaborativa e apropriação das tecnologias da informação e comunicação por parte dos jovens estudantes. Notou-se também a urgência de que o campo da educação, de maneira ampla, esteja preparado para lidar com a formação de indivíduos que precisam estar aptos para atuar no mundo contemporâneo.

Palavras chave: Televisão. TV Universitária. TV na *web*. TV UESC. Educação, Comunicação e Tecnologia.

ABSTRACT

This research brings up the topic of Television University Web - a study on the TV UESC. To investigate this issue, I took as a research field TV UESC - a TV as a university extension project implemented by the Universidade Estadual de Santa Cruz, em Ilhéus, Bahia - with the aim to analyze and discuss the uses of this modality television by students and teachers of Social Communication, which are part of this extension project as a means of dissemination of audiovisual products made at the university and as a tool for structuring new forms of teaching and learning. I tried to find, understand and propose ideas about the elements that point to a learning process in the creations of the university called TV on the web, identifying the ways in which assimilation of web and its potential to lead a learning process. The research follows the qualitative approach, the ethnographic type, which requires the researcher to act as the main instrument in gathering and analyzing data, and a mediator during all the time and worrying about the evolution of the phenomenon and not with the final results in search of new ways of understanding reality. Were used as instruments for data collection interviews, conducted with teachers and scholars who make up this TV University, and document analysis, from the TV UESC environments on the internet (Facebook, YouTube and Twitter) and the project request an open channel sent to the Ministério das Comunicações and the Plano Nacional de Outorgas 2011. With this study it was revealed that while dealing with the worldwide web does not represent a challenge for young scholars and teachers need to understand that exercise the logical continuation of environments created in cyberspace is of fundamental importance, since open fronts work on the web, and several addresses that are not satisfactorily maintained, can result in opposite effect, because the public values the spaces that offer constantly new and immediacy. It was noted also that this knowledge cannot be restricted to a group of students who had access to adequate facilities for the development of these capabilities. The collaboration among peers is what will lead to the spread of this knowledge to a greater number of individuals, enabling appear other learning opportunities, which are independent of formal education - the learning in cyberspace, based on discoveries, encounters, shares, collaborative construction and ownership of information and communication technologies by the young students. It was also noted the urgency of the field of education, broadly speaking, be prepared to deal with the training of individuals who need to be able to work in the contemporary world.

Keywords: TV. University TV. TV on the web. TV UESC. Education, Communication and Technology.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. A PESQUISA	21
1.1 ALTERAÇÕES DE PERCURSO	21
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA	22
1.3 QUESTÕES DE PESQUISA	23
1.4 OS ARGUMENTOS E O CONTEXTO DA PESQUISA	24
1.5 O CAMPO DA PESQUISA	25
1.6 OS SUJEITOS DA PESQUISA	27
1.7 AS ENTREVISTAS: ESTRUTURA E PROCEDIMENTOS	28
2. A TELEVISÃO: DO ANALÓGICO AO DIGITAL	33
2.1 A INVENÇÃO DA TV	34
2.1.2 Chegada da Televisão no Brasil	39
2.1.3 Expansão da Televisão no Brasil	42
2.1.3.1 Primeira Fase: A Implantação (1950 – 1964)	43
2.1.3.2 Segunda Fase: Populista (1964-1975)	46
2.1.3.3 Terceira Fase: Desenvolvimento Tecnológico (1975-1985)	53
2.1.3.4 Quarta Fase: Transição e Exportação (1985-1990)	58
2.1.3.5 Quinta Fase: Globalização e TV Paga (1990-2000)	59
2.1.3.6 Sexta Fase: A Convergência (2000 - ...)	66
2.1.4 Elementos em torno da evolução da TV	69
2.1.4.1 O Advento das Transmissões em Cores	70
2.1.4.2 O Surgimento do Controle Remoto	74
2.1.4.3 A Criação do Videoteipe	79
2.1.4.4 A Criação do Videocassete	83
2.1.4.5 As Transmissões Via Satélite	86
2.1.4.6 Formação de Redes	88
2.2 TV DIGITAL	92

2.3 UMA TV MASSIVA	102
3. TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA	114
3.1 ALGUMAS EXPERIÊNCIAS	121
4. A CULTURA DE PARTICIPAÇÃO E A TELEVISÃO NA WEB	133
4.1 TELEVISÃO, CULTURA E MUNDO DIGITAL	134
4.2 A TV NA WEB	140
4.3 TV UNIVERSITÁRIA NA WEB	151
4.4 A GERAÇÃO DIGITAL E A TV NA WEB	158
5. A TV UESC NA WEB	171
5.1 TV UESC: O CONTEXTO	174
5.2 EXPERIÊNCIAS DA TV UESC NA WEB	187
5.2.1 O Consumo de Audiovisuais na Internet	190
5.2.2 Importância da TV UESC no YouTube	194
5.2.3 O uso dos espaços da TV UESC na web	204
5.3 A GERAÇÃO DIGITAL NA TV UESC	208
5.3.1 Educação no Ciberespaço	211
5.4 DIFICULDADES E DESAFIOS DA TV UESC NA WEB	225
5.4.1 Percepções Acerca do Uso dos Ambientes da TV UESC na web	225
ALGUMAS CONCLUSÕES	243
REFERÊNCIAS	252

INTRODUÇÃO

O forte envolvimento com o mercado de comunicação que marca a minha trajetória profissional teve início em 1989, quando ingressei no Curso de Comunicação Social (com habilitação em Jornalismo), na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Facom/UFBA), e, ainda como aluna da graduação, passei a atuar na área, sempre com impressos ou assessorias. Porém, naquela época, compartilhando um pensamento comum a uma suposta elite intelectual, acreditava que a televisão era um meio “menor”, menos importante. Foi só no final do curso – quando, de volta a Ilhéus, minha cidade natal, fui trabalhar em uma emissora de televisão, a TV Santa Cruz (afiliada regional da Rede Globo) – que pude rever os meus conceitos acerca deste veículo de comunicação, na medida em que comecei a me dar o direito de descobrir as possibilidades criativas deste meio, passando, então, a me encantar por elas.

No retorno aos estudos, em 1995, fiz uma especialização em História Regional, na Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), onde pesquisei sobre as casas de cinema em Ilhéus. Posteriormente, no ano 2000, fui contratada como professora substituta do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Rádio e TV, da UESC, dedicando-me, principalmente, às disciplinas voltadas para a televisão. Por conta disso, cursei o mestrado em Educação (PPGE/UFBA), já com foco nos estudos televisivos e nas interfaces possíveis com a educação. Naquele momento, procurei discutir sobre o preconceito, especificamente dos educadores, com relação à TV, buscando mostrar o quanto os alunos estavam próximos desta mídia e tentando entender por que os professores ainda a rejeitavam – ou, ao menos publicamente, diziam isso. Desse modo, interessada nas questões voltadas para a relação televisão e processo de ensino-aprendizagem, analisei o possível aproveitamento de conteúdos televisivos como recurso pedagógico.

Quando 2007 chegou, já atuava como repórter, editora e diretora de programa televisivo e também havia estado à frente da equipe que implantou o Curso de Jornalismo da Faculdade do Sul (FacSul)¹, assumindo a sua coordenação e também a do Curso de Comunicação (RTV), da UESC, onde participei do projeto de implantação da TV UESC, uma TV universitária. Estas experiências fizeram crescer em mim a vontade de ampliar a reflexão de maneira menos discriminatória e mais efetiva sobre a relação televisão-educação, o que me levou a deixar o trabalho na TV Santa Cruz e na FacSul e enfrentar o processo seletivo para a entrada no Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação (Faced/UFBA), trazendo como foco de pesquisa a TV Universitária na *web*.

Ao começar o curso, em 2008, ingressei no GEC – Grupo de Pesquisas em Educação, Comunicação e Tecnologias, vinculado à linha de pesquisa Currículo e (In)Formação e coordenado pelos professores Nelson Pretto, Maria Helena Bonilla e Edvaldo Couto. As novas leituras e discussões proporcionadas pelo GEC, pelos grupos de estudo e seminários me levaram à reformulação do meu projeto de pesquisa do doutorado, substituindo o estudo da gramática da linguagem televisiva, como propunha inicialmente, e passando a me interessar pela evolução deste veículo, discutindo momentos característicos da TV analógica e digital, TV Universitária (TVU) e TV na *web*. Nessa perspectiva, esta pesquisa tem como tema a Televisão Universitária na *Web*: um estudo sobre a TV UESC.

Estudar a televisão implica, principalmente, considerar a acelerada transformação técnica pela qual este veículo de comunicação vem passando há pouco mais de meio século. Do empenho para a transmissão de imagens de um ponto a outro à possibilidade de fruir conteúdos audiovisuais em dispositivos portáteis, foram muitas e intensas as mudanças que ocorreram, as quais foram acompanhadas pelo telespectador, influenciando seus hábitos.

Nesse sentido, mesmo que ainda sob produção e transmissão analógicas, a TV evoluiu em conteúdo e programação – o que não significa, necessariamente, em qualidade –, e foi sendo acrescida de mecanismos que

¹ Posteriormente, a FacSul foi vendida para o grupo Unime (União Metropolitana de Educação e Cultura).

vieram para intensificar a sua relação com o público. A cor deixou os galãs ainda mais reais. O sistema de rede, que interessava aos militares, forjou a noção de um Brasil único e unificado. A transmissão via satélite trouxe informações de lugares mais distantes. O controle remoto dotou o telespectador de certo poder, lhe permitindo passear por diferentes programações com muito mais agilidade. O videoteipe proporcionou novos recursos aos criadores de programas para a TV, gerando, assim, uma oferta ao público de um material mais elaborado, sedimentando uma linguagem específica para as produções televisivas.

Com o surgimento e a gradativa expansão da TV digital, a televisão passou por novos influxos em sua linguagem e ampliou suas formas de difusão para aparelhos portáteis e telefonia móvel, proporcionando a convergência tecnológica com o telefone celular. No entanto, parece que nenhuma dessas mudanças foi tão importante para a evolução desta mídia, sob o ponto de vista de interação com o telespectador, quanto a migração da TV para a internet, a chamada TV na *web*. Avançar para a rede mundial de computadores tem se mostrado, até o momento, uma maneira efetiva de aproximação entre esta mídia e as pessoas.

A internet proporcionou um campo crescente onde as pessoas se encontram, estudam, se divertem, participam do debate político, com a possibilidade também de produzir, difundir e compartilhar suas criações. Com o passar do tempo, a comunidade interligada por esta rede tem ocupado o centro da vida cotidiana, com uma demografia cada vez mais parecida com a do próprio mundo. É nesse sentido que a superestrada da informação não representa apenas mais um atalho para o acervo de uma biblioteca, mas cria um tecido social inteiramente novo e global.

Dessa forma, o momento em que vivemos é fortemente marcado pela velocidade dos acontecimentos e mudanças, pelas incertezas, pela desmaterialização. Nesse sentido, hoje, por conta dessas características que afetam profundamente as ações e relações humanas, a forma como as coisas (objetos, instrumentos, documentos, etc.) se apresentam deixa de ter tanto valor como tinha antigamente, pois, agora, elas podem ter muitas faces, mas mantendo a sua essência – como tem sido com a digitalização dos impressos,

que mudaram ou ampliaram o uso de plataformas, e, no entanto mantêm a natureza da produção de notícias.

É nesse contexto de surgimento e avanço da cibercultura², em que os indivíduos são levados a uma nova percepção do mundo e ao acesso mais fácil a instrumentos de criação, que a TV na *web* chega, permitindo autonomia no fluxo de produtos audiovisuais. É justamente por proporcionar essa liberdade que este novo modelo de televisão suplanta qualquer incremento que tenha vindo antes dele – não desconsiderando a importância de cada um dos avanços, mas reforçando seu fortalecimento sob o posto de vista de quem, antes, só podia consumir o audiovisual e passa a ter, agora, a possibilidade de divulgar o que produz, independente dos grandes meios de comunicação de massa com suas metas mercadológicas.

Sem dúvida, assim, a TV se desprende de tantas críticas disparadas por aqueles que só conseguem enxergar as limitações de uma das facetas deste veículo e amplia o seu potencial ao adentrar o ciberespaço. Neste novo ambiente, a TV permite que os sujeitos produzam o que desejam, distribuam suas produções e interajam com múltiplas culturas, rompendo, dessa forma, com o poder de culturas dominantes nas mídias abertas.

Nesse sentido, o atual panorama da TV evidencia uma antiga necessidade de diálogo entre os estudos acerca da educação e da televisão, uma vez que é fundamental que se conheça os mecanismos que movem o funcionamento deste meio de comunicação, que se perceba suas limitações e seus benefícios – em cada um dos seus modelos, seja a tradicional analógica, a digital, aberta ou por assinatura –, para que se entenda os ganhos que a aproximação deste veículo pode representar para o processo de ensino-aprendizagem, pois a sua manutenção no ciberespaço depende do envolvimento de indivíduos dotados de habilidades próprias para o trânsito neste ambiente. Desse modo, para que se possa interferir e tirar proveito do fluxo televisivo na *web*, é imprescindível que se compreenda as suas lógicas.

Nessa direção, o entendimento das dinâmicas produtivas de uma tevê me fez perceber o que passou a compor a situação problemática em torno da

² Sobre cibercultura e cibese espaço será discutido mais a frente.

possibilidade de expansão das TVUs, especificamente da TV UESC, para a *web*. Diante das dificuldades de veiculação do que produzem, professores e bolsistas que integram a TV UESC encontram no espaço da *web* abertura para divulgação destes produtos. Esta constatação levou à necessidade de entender como ocorrem essa movimentação, a receptividade, aceitação e audiência destes materiais na *web*.

Interessava saber também se tal movimento de divulgação proporcionava o encontro com outros estudantes/produtores de conteúdo audiovisual e, caso proporcionasse, de que maneira se desenrolava, se permitia, de fato, a produção colaborativa. Além disso, tornou-se foco de interesse também saber em que sentido é possível considerar este processo como uma forma de aprendizagem e de que formas a apropriação da linguagem da *web* e de suas potencialidades poderia levar a um processo de aprendizagem. E, por fim, era pertinente refletir acerca dos elementos que apontariam para um processo de aprendizagem nas criações da chamada TV na *web*.

Reunindo os questionamentos levantados, parti do seguinte problema: Que elementos apontam para um processo de aprendizagem nas criações da chamada TV universitária na *web*? As reflexões relacionadas a esta indagação levaram às questões de pesquisa que nortearam a investigação: 1. O que diferencia o modelo de TV analógico daquele encontrado na *web*? 2. Quais são as perspectivas da TV na *web*? 3. Em que medida a TV Universitária na *web* favorece a cultura da participação, típica da Geração Digital, e fomenta novas aprendizagens?

Assim, a pesquisa foi realizada com o objetivo de analisar e discutir os usos da TV na *web* por alunos e professores de Comunicação Social, do projeto TV UESC, como forma de difusão de produtos audiovisuais realizados na universidade e como instrumento estruturante de novas formas de ensino-aprendizagem. Nesse sentido, buscou-se investigar de que maneiras a TV na *web* é utilizada pelos bolsistas e coordenadores como espaço para difusão da produção audiovisual desta TVU. Procurou-se também analisar a *web* como estruturante de novas educações, a partir da apropriação da sua linguagem

pelos alunos e, dessa forma, identificar como os espaços da *web* podem possibilitar um processo de aprendizagem.

Considerando as inúmeras possibilidades proporcionadas pela inter-relação entre *tevé* e internet, esta pesquisa se fundamenta nos estudos sobre as tecnologias da informação e comunicação (TIC), televisão, cibercultura, cultura da participação e geração digital. A cibercultura é concebida aqui como um movimento resultante da incursão das pessoas pela esfera proveniente da evolução da tecnologia digital, já que a criação de uma rede física ligando computadores do mundo inteiro não trouxe apenas a possibilidade de troca de dados, mas também de acesso do público a um amplo conhecimento em um sem número de páginas na *web* que trazem informações das mais diversas naturezas. Mais que isso: o ciberespaço se tornou o lugar de encontros, de trocas, de construção, de reivindicações.

A cultura que emerge do ciberespaço, ao contrário da cultura massiva, pré-digital, que favorecia apenas o consumo traz, além da possibilidade de ampliação do contato com conteúdos (tendo acesso a informações amplas, das mais diversas origens), a oportunidade de se escrever, produzir. Assim, a cibercultura promove a liberação da emissão, a partir da possibilidade de escrever, de produzir conteúdo sem pedir autorização a alguém; conexão generalizada e aberta, já que a emissão das produções só faz sentido coletivamente e em rede, onde se fala livremente e agrega-se àqueles que pensam da mesma maneira. Esse encontro de pares gera uma potência econômica, social e política gigantesca, favorecendo a reconfiguração.

A cibercultura é uma cultura que está associada a grupos que atuam a partir do crescimento das redes informacionais, principalmente com a expansão da internet. É a ação destes grupos que promove a reconfiguração da rede, pois se trata de uma cultura com capacidade e tendência ao remix, potencial para recombinar, transformar, viabilizado pela tecnologia digital. Poder reconhecer os mecanismos dessa dinâmica é fundamental e estratégico para que a cultura brasileira possa produzir conteúdos para a sociedade da informação.

O ciberespaço, como um ambiente de comunicação, trouxe liberdade para qualquer indivíduo que tenha acesso a ele, dotando de amplo poder a

sociedade contemporânea. Este espaço, ao associar-se com as potencialidades da televisão, no momento em que estas duas tecnologias convergem, potencializa um novo meio de comunicação capaz de ampliar as possibilidades de encontros e trocas, mas também desponta um enorme potencial à disposição da educação.

Nesse contexto, os indivíduos precisam estar aptos a lidar com a força que brota da convergência entre TV e internet e preparados para uma situação que não é mais emergente, uma vez que prolifera o trânsito de vídeos e a criação de canais na *web*, envolvendo os mais variados assuntos, respeitando ou não o conjunto de valores que norteiam a sociedade, lançando mão de *sites* como o popular YouTube ou o Vimeo, mais voltado para a produção profissional.

Essa gama de acontecimentos compõe o campo propício para o acolhimento de TVs universitárias, que despontam do ambiente acadêmico, com forte participação estudantil, com a chance de propor novas estéticas para produções televisivas e com o compromisso da difusão do conhecimento científico. Embora tragam uma proposta inovadora e comprometida com a educação, as TVUs, quase sempre, enfrentam empecilhos que envolvem tanto a sua sustentação como uma emissora, quanto a veiculação dos seus programas. Desse modo, o panorama atual impõe que as TVs universitárias expandam as suas ações para a internet, sedimentando-se como TVs na *web* e fomentando novas experiências voltadas para a cibereducação.

Entende-se, portanto, que a Geração Digital e a cibercultura impulsionaram um novo olhar para a TV assim como a conhecemos. Por isso, o argumento central da tese é o de que os usos, comportamentos e perspectivas da TV UESC na *web* levam a um processo coletivo de produção e à difusão descentralizada dessa TV. Dessa maneira, as características inerentes a essa forma de fazer TV na *web* são elas mesmas educativas, porque sintonizam os modos de ser e viver na era da conexão.

A fim de discutir os dados obtidos, buscar sentidos nas relações entre eles e auxiliar a compreensão do tema aqui proposto, esta tese foi dividida em cinco capítulos, além da conclusão, sempre procurando perceber a aproximação entre o público e os eventos que cercaram a evolução da TV. No

primeiro capítulo, intitulado *A Pesquisa*, apresento os aspectos metodológicos desse trabalho – da escolha do tema ao procedimentos para levantamento e análise dos dados.

O capítulo seguinte tem como título *A televisão: Do Analógico ao Digital* e propõe uma reflexão em torno da criação e expansão da TV e dos meandros que a transformaram em um dos meios de comunicação mais preponderantes no mundo. Procurou-se mostrar que a conjuntura de implantação e crescimento da televisão foi decisiva para que se forjasse um meio de comunicação de massa poderoso, contudo unilateral, distante do diálogo com o público.

No capítulo três, denominado TV Universitária, são discutidas as questões relacionadas à criação da TV Educativa no Brasil, no intuito de identificar se esta modalidade televisiva tem, de fato, proporcionado a veiculação de programas voltados para o aprendizado do público. Ainda neste capítulo, é analisada a constituição da TV Universitária e os avanços que ela pode representar.

Em seguida, no capítulo quatro, *A Cultura da Participação e a Televisão na Web*, o debate proposto aposta para os mecanismos que tornaram a TV um meio pós-massivo, dando pistas de que este meio de comunicação pode estar bem próximo do campo da educação, mostrando que, ao despontar para a internet, assumiu características que o colocaram à disposição do público.

No quinto capítulo foram expostos e analisados os dados obtidos com o trabalho de campo. Com o título de *TV UESC na Web*, esta parte do texto foi estruturada com a intenção de discorrer sobre a percepção que alunos e professores que atuam na TV UESC têm sobre a aproximação desta TVU das potencialidades oferecidas pela *web*. Primeiro, procurou-se traçar um perfil do projeto, contando um pouco da sua trajetória, das especificidades próprias. Depois, foram apresentadas as experiências da TV UESC na internet, na perspectiva de professores e bolsistas, levando a uma reflexão sobre os aspectos positivos e/ou negativos para entender se foi ou não benéfica a conformação desta TVU como uma TV na *web*. Ainda neste capítulo, com base nos dados obtidos com entrevistas e observações, analiso a relação entre a Geração Digital e o processo de estruturação dos espaços virtuais da TV UESC. Ao final, realizou-se uma avaliação dos usos que vêm sendo feitos

destes ambientes, tentando notar de que maneiras aproximar-se da internet pode ter sido eficaz para o grupo estudado.

Finalmente, em *Algumas Conclusões*, enfatizo a validade do argumento central da tese, baseado na oportunidade de alternativa aos meios hegemônicos e no fomento à cultura da participação, à medida que haja, por parte dos estudantes, a apropriação da linguagem da *web* e das possibilidades criativas que ela permite. Essa afirmação tem como base duas situações principais. As TVs Universitárias enfrentam sérias dificuldades, como recursos financeiros e humanos – equipes reduzidas tanto no que se refere a bolsistas quanto a professores e entraves administrativos relacionados à aquisição de materiais e equipamentos, além dos problemas relativos à concessão de um canal. Dessa forma, a tendência para a sobrevivência e a sustentação das TVUs é expandir para a *web* e ocupar os espaços disponíveis de maneira colaborativa, estimulando os estudantes a explorarem o potencial que a internet oferece para a educação.

1. A PESQUISA

A fim de que os objetivos de uma pesquisa sejam atendidos, trazendo, dessa forma, respostas coerentes às questões propostas, torna-se fundamental delinear, de maneira bastante clara, seus elementos norteadores, na tentativa de assegurar um desempenho adequado do pesquisador e a eficácia da investigação. No entanto, mesmo que se considere indispensável que se tenha uma linha mestra que guie e interligue todo o processo de realização da pesquisa, ainda assim é de fundamental importância ter em mente que a execução desse projeto não é um momento estanque, fechado em regras rígidas.

Ao contrário, o desenvolvimento da pesquisa, as descobertas, o contato com o campo e com os sujeitos e as aprendizagens adquiridas ao longo do empreendimento da execução da investigação podem levar a reconstruções, a um repensar do estudo inicialmente proposto de maneira ampla ou mesmo pequenas reorganizações de percurso.

Nessa perspectiva de (re)construção de ideias e de conquistas de novas aprendizagens, ressalto que esta pesquisa, que agora se configura como um estudo sobre a TV UESC na TV *web*, inicialmente, buscava abordar os elementos e a lógica da gramática televisiva.

1.1 ALTERAÇÕES DE PERCURSO

É importante destacar que a determinação pela mudança de foco nesta pesquisa ganhou corpo a partir das contribuições dadas pela banca que compôs o exame de qualificação e foi decisiva nos rumos deste trabalho. Naquele momento, onde foram ricas as discussões, trocas de conhecimentos e

propostas, ficou mais evidente para mim a necessidade de se reduzir o debate que havia sido feito, anteriormente, valorizando o desenvolvimento histórico da TV. Associadas aos estudos que vinham sendo realizados, as orientações na época do exame de qualificação indicaram um recorte necessário: centrar a pesquisa no estudo sobre a TV UESC na *web*.

Ao mudar o foco inicial do estudo, levei em conta que o novo delineamento sugerido pelos professores da banca se configura como de grande relevância para o contexto contemporâneo – marcado, principalmente pelas inéditas relações sociais e educativas surgidas com o advento e a convergência entre as tecnologias da informação e comunicação – e também se destaca pela familiaridade que tenho com as diferentes questões que ele envolve. Nesse sentido, lançando mão das importantes contribuições e sugestões apontadas e considerando que a TV na *web* constitui um campo em evidência que pode revolucionar o que entendemos, hoje, como sendo televisão, busquei tanto compreender melhor as relações entre a evolução tecnológica deste veículo e a configuração de novas culturas, quanto refletir sobre a importância da sua presença no contexto de uma televisão universitária, incluindo, nessa reflexão, também um debate em torno da Televisão Educativa.

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

Assim, este trabalho tem como objeto de estudo a constituição da TV UESC na *web*. O encaminhamento dado à pesquisa de campo teve como objetivo principal analisar e discutir os usos da TV na *web* por alunos e professores de Comunicação Social, do projeto TV UESC, como forma de difusão de produtos audiovisuais realizados na universidade e como instrumento estruturante de novas formas de ensino-aprendizagem. Como objetivos específicos, buscou-se investigar de que maneira a TV na *web* é utilizada pelos bolsistas e coordenadores como espaço para difusão da

produção audiovisual desta TVU; analisar a *web* como estruturante de novas educações, a partir da apropriação da sua linguagem pelos alunos e, também, identificar como os espaços da *web* podem possibilitar um processo de aprendizagem.

1.3 QUESTÕES DE PESQUISA

Na tentativa de dar conta de tais objetivos, foram elencadas as seguintes questões de pesquisa: 1. O que diferencia o modelo de TV analógico daquele encontrado na *web*? 2. Quais são as perspectivas da TV na *web*? e 3. Em que medida a TV Universitária na *web* favorece a cultura da participação, típica da Geração Digital, e fomenta novas aprendizagens?

1.4 OS ARGUMENTOS E O CONTEXTO DA PESQUISA

Nesse sentido, acredito que à medida que os jovens que integram a TV UESC se apropriam da linguagem da *web* e das possibilidades criativas que ela permite, eles se mostram aptos para construir um novo veículo de comunicação com capacidade para enfrentar os meios de comunicação comerciais, estabelecidos no mercado, que seguem normas próprias para a veiculação de materiais. Mais que isso, a aproximação dos recursos tecnológicos disponíveis na *web* favorece a elaboração de projetos com outros indivíduos, mesmo que estes estejam em lugares diferentes, e ainda que seja inviável o encontro presencial entre eles. Esse contexto propicia a cultura da participação e proporciona a ciberaprendizagem, entendendo a internet não como mais uma ferramenta, mas como um elemento estruturante de novas educações. Portanto, mais que um suporte para a educação, a tecnologia deve

ser vista como instrumento à disposição dos sujeitos para a produção de materiais de naturezas diversas.

Dessa maneira, um conjunto de elementos precisou ser percebido: a *web* como espaço de difusão da produção audiovisual de produtos da TV UESC; a *web* como espaço para encontro com outros produtores de audiovisual; a receptividade do público com relação ao material da TV UESC na *web*; as maneiras de construção dos alunos no ciberespaço; as formas de produção e difusão de produtos audiovisuais na TV na *web* por alunos; a ocorrência de produção colaborativa todos-todos, professores-alunos; e a participação dos professores e bolsistas no processo de constituição da TV UESC na *web*.

Para responder a estas inquietações e aos objetivos propostos, a opção feita foi pela pesquisa com abordagem qualitativa do tipo etnográfico, por seguir os pressupostos determinados por André (1995) para que um trabalho em educação seja caracterizado como dessa natureza. Dessa forma, foram usadas como técnicas de coleta de dados a observação, a entrevista e a análise de documentos.

As técnicas etnográficas requerem que o pesquisador aja como instrumento principal no levantamento e análise de dados, atuando como um mediador, e também estabelece que a ênfase seja dada ao processo e não aos resultados finais, preocupando-se com o fenômeno que está acontecendo, como ele está evoluindo. Mais que isso, a pesquisa do tipo etnográfico envolve o trabalho de campo durante um tempo que varia a depender de cada situação, e o pesquisador precisa dispor de grande quantidade de dados descritivos (situações, pessoas, ambientes, depoimentos, diálogos) que serão reconstruídos por meio de palavras ou terão uma transcrição literal (ANDRÉ, 1995; TRIVIÑOS, 1987). “O que este tipo de pesquisa visa é a descoberta de novos conceitos, novas relações, novas formas de entendimento da realidade” (ANDRÉ, 1995, p. 30).

De acordo com André (1995), mesmo em se tratando de dados obtidos mediante depoimentos, entrevistas ou de observações, é conveniente que os resultados possam ser expressos também com representações numéricas, sem descaracterizar o sentido da pesquisa qualitativa. Por isso, em algumas

ocasiões, as respostas obtidas por meio das entrevistas com os sujeitos desta pesquisa são apresentadas com o auxílio de tabelas e quadros.

Para coleta e análise dos dados obtidos nos espaços criados para a TV UESC na internet, esta pesquisa se baseou nos estudos de Fragoso; Recuero; Amaral (2011), que discutem os princípios e as etapas para a pesquisa etnográfica na web.

1.5 O CAMPO DA PESQUISA

Esse trabalho teve como campo de pesquisa a TV UESC, um projeto de extensão da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), a maior instituição de ensino superior da região, que fica situada no município de Ilhéus e atende o Sul e Extremo Sul da Bahia. Trata-se de uma TV Universitária (TVU), onde atuam professores e alunos do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Rádio e TV.

Figura 1 – Entrada da UESC



Foto: Robson Duarte³

Figura 2 – Vista aérea do *campus* da UESC



Foto: José Nazal⁴.

A criação desta TV foi uma solicitação da professora Maridalva Penteadó, então Pró-reitora de Extensão da UESC, que percebeu a necessidade de melhorar a comunicação entre os diversos segmentos da universidade e desta com a comunidade externa. Imbuída por essa percepção, a professora Maridalva convidou um grupo de professores do Curso de Comunicação, do qual faço parte, e discutiu com eles a viabilidade da elaboração do projeto, que foi encaminhado às instâncias cabíveis e, finalmente, aprovado pelo Conselho Superior de Pesquisa Ensino e Extensão (CONSEPE), em 2004, quando começaram as atividades da TV UESC.

A solicitação feita aos professores foi para que criassem uma TV com o objetivo de possibilitar o fluxo de informações dentro desta instituição, contribuindo, assim, para o diálogo entre docentes, discentes, servidores e comunidade regional. A opção dos gestores da TV UESC foi pela persistência para que se conseguisse um canal aberto e não aproveitar a oportunidade

³ Disponível em: http://www.uesc.br/galeria/uesc/portaria_uesc.jpg Acessado em 07/02/12.

⁴ Disponível em: http://www.uesc.br/galeria/uesc/aerea_nazau_2_uesc.jpg Acessado em: 07/02/12.

proporcionada pela Lei do Cabo, já exposta anteriormente, uma vez que o sistema de TV a cabo era recente na região e o número de telespectadores seria muito baixo. Assim, preferiu-se, inicialmente, a exibição interna na universidade, ao mesmo tempo que se tentava a concessão de um canal aberto, atingindo uma maior área de cobertura de público.

1.6 OS SUJEITOS DA PESQUISA

Com base na perspectiva metodológica escolhida, esta pesquisa teve como universo 11 alunos do curso de Comunicação Social (Rádio e TV) da Universidade Estadual de Santa Cruz, bolsistas da TV UESC, e 6 professores do referido curso, sendo que todos os docentes, no momento da realização das entrevistas, faziam ou fizeram parte da equipe responsável pela TV UESC.

Entre a população dos estudantes entrevistados, 8 mantinham vínculo contratual com a TV UESC e 3 atuavam nesta tevê como voluntários. É importante dizer também que, deste grupo de alunos, 10 indivíduos atuavam na produção dos materiais, ocupando as funções de produtor, apresentador, editor, designer, diretor e repórter. O outro bolsista ocupava uma função administrativa, cuidando das demandas mais burocráticas junto aos demais setores da universidade aos quais a TV UESC está ligada. O fato de desempenhar este papel e vivenciar pouco as demais atividades da TV fez com que sua contribuição para esta pesquisa fosse pequena. Também não foi possível obter maior profundidade nas contribuições de outro bolsista, pelo fato de que este estudante, durante a realização das entrevistas, ainda estar cursando o primeiro semestre do Curso de Comunicação e atuar há pouco tempo como voluntário na TV UESC, tendo assim pouca vivência na área.

Aqui é importante destacar que entre os docentes ouvidos para este estudo, dois estavam afastados para doutoramento, um não pertencia mais ao quadro da UESC por ter sido aprovado em concurso público em outra universidade e o quarto havia se afastado do projeto por ter que assumir outra

atividade de extensão. Dos dois professores que coordenavam a TV UESC no momento da pesquisa, um havia voltado do curso de doutorado em 2008 e o outro era professor substituto, pertencendo apenas temporariamente ao quadro da universidade.

Para resguardar a identidade dos entrevistados, todos eles foram identificados por nomes de atores, sem qualquer identificação referente à idade, gênero, vínculo atual com o projeto ou qualquer outra possibilidade de reconhecimento das falas.

QUADRO 01 – IDENTIFICAÇÃO DOS ENTREVISTADOS

NÚMERO	NATUREZA	NOME FICTÍCIO
01	PROFESSOR	JOÃO
02	PROFESSOR	MARIA
03	PROFESSOR	JOSÉ
04	PROFESSOR	PEDRO
05	PROFESSOR	CLARA
06	PROFESSOR	ANDRÉ
07	BOLSISTA	MARCOS
08	BOLSISTA	MANUEL
09	BOLSISTA	CAROLINA
10	BOLSISTA	ROBERTA
11	BOLSISTA	JÚLIA
12	BOLSISTA	RAFAEL
13	BOLSISTA	LUCAS
14	BOLSISTA	LUÍSA
15	BOLSISTA	GABRIELA
16	BOLSISTA	JORGE
17	BOLSISTA	MIGUEL

1.7 AS ENTREVISTAS: ESTRUTURA E PROCEDIMENTOS

No intuito de atender aos objetivos propostos, os sujeitos desta pesquisa foram entrevistados com base nos roteiros apresentados abaixo, que trazem um núcleo de questionamentos semelhantes para professores e bolsistas e perguntas específicas para cada categoria.

QUADRO 02 - ROTEIRO DA ENTREVISTA COM OS ALUNOS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (RTV) – BOLSISTAS DA TV UESC

1. Você tem hábito de assistir à TV na <i>web</i> ?
Por quê?
2. Se sim, a que tipo de TV na <i>web</i> assiste?
3. Qual sua opinião sobre a TV UESC ter um canal no YouTube?
4. Que avaliação você faz sobre a receptividade/aceitação/audiência dos materiais da TV UESC na <i>web</i> ?
5. De que maneiras você avalia a utilização deste espaço?
6. De que maneiras você avalia a utilização dos outros espaços da TV UESC na <i>web</i> – comunidade e perfil no Orkut, Twitter, Facebook?
7. Este movimento proporciona o encontro com outros estudantes/produtores de conteúdo audiovisual? Se sim, de que maneiras?
8. Se há este encontro, já foi possível alguma vez a realização de uma produção colaborativa? Se sim, de que formas?
9. De que maneiras você avalia a importância da TV UESC na sua formação? Que diferencial este projeto traz?
10. Você considera que a criação dos espaços da TV UESC na <i>web</i> influenciou no seu aprendizado desta linguagem?
11. Você já teve a oportunidade de produzir conteúdo para a TV UESC? Se sim, o que achou da divulgação?

QUADRO 03 - ROTEIRO DA ENTREVISTA COM OS PROFESSORES DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (RTV) QUE INTEGRAM/INTEGRARAM O PROJETO DE EXTENSÃO TV UESC

1. Você tem hábito de assistir à TV na <i>web</i> ?
Por quê?
2. Se sim, a que tipo de TV na <i>web</i> assiste?
3. Qual sua opinião sobre a TV UESC ter um canal no YouTube?
4. Que avaliação você faz sobre a receptividade/aceitação/audiência dos materiais da TV UESC na <i>web</i> ?
5. De que maneiras você avalia a utilização deste espaço?
6. De que maneiras você avalia a utilização dos outros espaços da TV UESC na <i>web</i> – comunidade e perfil no Orkut, Twitter, Facebook?
7. De que maneiras você avalia a importância da TV UESC na formação dos alunos? Que diferencial este projeto traz?
8. Você considera que a criação dos espaços da TV UESC na <i>web</i> influencia no aprendizado desta linguagem por parte dos alunos?
9. Os alunos, bolsistas/voluntários, que atuam na TV UESC conseguem produzir de maneira colaborativa? Como você identifica isso?

As entrevistas foram realizadas no período de 25 de março a 08 de abril de 2011. Todos os estudantes foram ouvidos na sala de reuniões da TV UESC, onde também foram entrevistados três professores. Por conta de situações específicas, o roteiro da entrevista foi enviado por *e-mail* aos docentes que não se encontravam na cidade no período de coleta de dados. No intuito de tirar dúvidas ou complementar as informações obtidas com as entrevistas, outros *e-mails* foram trocados com um dos professores que estava à frente do projeto durante o levantamento de dados para este estudo.

A opção pela entrevista se deve por entender que, ao lado da observação, ela se caracteriza como um dos instrumentos básicos para coleta de dados, proporcionando um caráter de interação, enquanto outros instrumentos (como a observação unidirecional, a aplicação de questionários ou de técnicas projetivas) sustentam uma relação hierárquica entre o pesquisador e o pesquisado. Durante a entrevista, é possível que ocorra influência recíproca entre quem pergunta e quem responde (LÜDKE; ANDRÉ, 1986).

Além disso, de acordo com Marconi e Lakatos (1991), a entrevista, apesar de apresentar limitações, como a vontade do entrevistado de prestar as informações corretas, a retenção de dados importantes por medo de ter a identidade revelada e o fato de ocupar muito tempo, como técnica de coleta de dados, possibilita ao entrevistador a repetição e o esclarecimento de perguntas, é conveniente para que se encontrem dados não disponíveis em fontes documentais e oferece a oportunidade de observar gestos e reações do entrevistado. A entrevista seguiu um roteiro semiestruturado e teve o intuito de obter informações que viabilizassem a análise dos elementos que compunham as questões de pesquisa. Foi trocada uma série de comunicações via *e-mail* com um dos professores à frente da coordenação da TV UESC no período desta pesquisa – tanto antes das entrevistas formais, em contato exploratório, quanto após a análise dos dados obtidos por meio das referidas entrevistas – com o objetivo de tirar dúvidas e/ou confirmar fatos.

Uma vez que Lüdke e André (1986) consideram documentos quaisquer materiais escritos que possam ser usados como fonte de informação sobre o comportamento humano (leis, regulamentos, normas, pareceres, cartas,

memorandos, diários pessoais, autobiografias, jornais, revistas, discursos, roteiros de programas de rádio e televisão, livros, estatísticas, arquivos escolares), ao lado do projeto de solicitação de concessão de canal aberto, enviado pela UESC para o Ministério das Comunicações, e do Plano Nacional de Outorgas 2011 para Serviços de Radiodifusão de Sons e Imagens com Fins Exclusivamente Educativos, incluí, na análise documental, o conteúdo dos espaços da TV UESC na internet. Para as autoras, apesar de pouco explorado, este tipo de análise pode ser uma técnica valiosa de abordagem de dados qualitativos, complementando informações obtidas por outras técnicas, ou desvelando aspectos novos de um tema ou problema (LÜDKE; ANDRÉ, 1986).

Nesse sentido, com o interesse de perceber como estavam os espaços criados para a TV UESC na *web*, antes de iniciar o levantamento de dados, acompanhei, por um tempo, de maneira exploratória, a movimentação de alguns espaços da TV UESC na internet – o canal no YouTube, o perfil e a comunidade no Orkut e o *blog*. Após as entrevistas, foi feita uma análise mais detalhada nos *sites*, ampliando os espaços para o perfil no Facebook e Twitter. Para o mapeamento dos espaços da TV UESC na internet, elenquei alguns elementos que considerei pertinentes para o alcance do objetivo da pesquisa, para que fossem verificados em todos os *sites* analisados: periodicidade de postagem, quantidade e tipo de material postado, número de membros (para as comunidades), número de amigos/seguidores, atualização de dados que identificam o projeto e responsável pelas postagens.

Além disso, entendi como importante também examinar os conteúdos das postagens e dos comentários deixados pelas pessoas que visitaram as páginas em questão, salvando no meu computador aquilo que entendia como relevante. Durante a observação, procurei confrontar o que havia sido dito pelos entrevistados, relativo ao uso que afirmavam dar a estes espaços da TV UESC na *web*, e o que, efetivamente, ocorria, na tentativa de notar semelhanças ou distorções entre aquilo que falaram e o que realmente era feito.

As entrevistas foram feitas com o auxílio de um gravador digital. Após a coleta de dados, todo o material foi baixado em um computador, ouvido com o auxílio do programa Audacity e transcrito literalmente. Na transcrição, as falas

dos entrevistados foram mantidas respeitando a forma de expressão de cada um, portanto trazem marcas de oralidade, inerentes ao discurso coloquial.

De posse deste material, busquei construir um conjunto de categorias a serem descritas, com base no referencial teórico para a classificação dos dados, entendendo que, nessa fase de análise, é importante que o pesquisador não se restrinja ao conteúdo explícito no material levantado e procure desvelar dimensões contraditórias e temas silenciados (LÜDKE; ANDRÉ, 1986). Com este propósito, para esta etapa de construção de categorias, a opção metodológica foi a Análise Textual Discursiva (ATD), que permite a emergência de novas compreensões, a partir dos dados elencados com base na auto-organização (MORAES, 2003). A ATD é, então, compreendida como um processo em que se busca a unitarização, com a separação dos textos em unidades de significado. “Essas unidades por si só podem gerar outros conjuntos de unidades oriundas da interlocução empírica, da interlocução teórica e das interpretações feitas pelo pesquisador” (MORAES; GALIAZZI, 2006, p. 118). A unitarização é caracterizada por três momentos: fragmentação e codificação de cada unidade, reescrita de cada unidade para que apresente um significado completo e atribuição de um nome para cada unidade (MORAES; GALIAZZI, 2007).

Em suma, cada categoria de análise, que interessava para alcançar os objetivos propostos e possibilitar a compreensão das indagações trazidas pelo problema desta pesquisa, foi identificada e associada a um código para que se notasse onde aparecia nas falas de alunos e professores. Diante de um quadro final, que abarcava todo o panorama de investigação, partiu-se para a sistematização e análise mais aprofundada do conteúdo que emergia. Esta ação foi de extrema utilidade durante a escrita, pois, rapidamente, permitiu que determinada categoria fosse encontrada, seja no depoimento de bolsistas, seja no dos professores.

Esse roteiro permitiu a melhor visualização e análise dos dados obtidos, das semelhanças entre os posicionamentos de alunos e professores e dos possíveis pontos de divergência entre eles. Desta forma, foi possível a construção dos capítulos que apresento a seguir.

2. A TELEVISÃO: DO ANALÓGICO AO DIGITAL

A evolução técnica alcançada, de forma gradual, pela TV possibilitou a este veículo de comunicação romper, paulatinamente, com os mais diversos empecilhos que impediam a sua expansão, inclusive os temporais. Essa tendência permitiu, entre outros aspectos, que, hoje, o telespectador tenha acesso, em tempo real, a inúmeras informações sobre os mais importantes acontecimentos mundiais. Na atualidade, as transmissões ao vivo ganharam destaque e imprimiram maior dinamicidade às exibições televisivas. Assim, através delas, acompanhamos de perto, por exemplo, o ataque às Torres Gêmeas, os bombardeios contra o Iraque, o impeachment do então presidente Fernando Collor de Mello, a posse do primeiro negro à presidência dos Estados Unidos e da primeira mulher à frente do Brasil.

É fato que a televisão, hoje, está presente na maioria dos lares do planeta, além de ser inegável que, para as gerações que cresceram diante da telinha, a TV impôs hábitos, preferências, modas. Nesse sentido, entendemos que ignorar a sua importância no desenvolvimento das sociedades seria ingênuo, da mesma forma que reduzir a sua discussão apenas ao caráter pernicioso da sua utilização seria estacionar no tempo. Em um momento em que as imagens – e, principalmente, as imagens em movimento – têm papel primordial nos meios de comunicação, consideramos imprescindível que os indivíduos estejam preparados para compreendê-las, codificá-las e decodificá-las, apropriando-se da sua linguagem e aproximando-as de processos de aprendizagem.

Desta forma, para que seja possível debater e compreender a nossa relação contemporânea com o mundo das imagens e, mais especificamente, com a televisão, traço, neste capítulo, uma breve evolução histórica deste meio de comunicação, desde o desejo do homem de transmitir imagens a distância e as primeiras experiências neste sentido, até as ações mais efetivas que resultaram na invenção da tevê e seu desenvolvimento até a atualidade.

Nessa perspectiva, este segundo capítulo traz como proposta o debate acerca do contexto de criação e expansão da TV e das circunstâncias que concorreram para que ela se tornasse um dos meios de comunicação mais preponderantes no mundo inteiro, durante tanto tempo. O argumento principal desenvolvido aqui gira em torno da necessidade de que se perceba o quanto a conjuntura de implantação e disseminação da televisão como meio de comunicação de massa foi essencial para que ela se tornasse tanto uma mídia preponderante, quanto unilateral – no sentido de não favorecer a participação do público em um possível diálogo. Dessa maneira, defendendo que para que se compreenda o que vem a ser e o significado da TV na *web* para projetos da natureza da TV UESC, é fundamental que se perceba os meandros nos quais esta mídia esteve envolvida desde o início do seu processo de expansão.

Este capítulo está dividido em três partes. A primeira trata da invenção da TV e dos elementos que pontuaram seu desenvolvimento técnico, além de considerar sua chegada e expansão no Brasil. A segunda parte traz uma discussão acerca dos procedimentos voltados para a digitalização desta mídia e como se deu a escolha do modelo brasileiro para a televisão digital. A terceira parte aborda a natureza massiva e unidirecional da TV analógica, mesmo quando em iniciativas voltadas para a educação.

Esta organização foi pensada no intuito de possibilitar a visualização do desenvolvimento deste meio de comunicação, destacando o seu envolvimento social e a sua maior aproximação do telespectador, à medida que ocupa o espaço da rede mundial de computadores, abrindo possibilidades de criação, difusão de produtos e aprendizagens. Por isso começo falando do começo, sobre o princípio de tudo...

2.1 A INVENÇÃO DA TV

Embora a invenção da TV só tenha realmente sido concretizada em 1939 (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 233), pode-se afirmar que a possibilidade de

transmissão de imagens de um ponto qualquer a outro do planeta há muito vinha povoando o sonho de algumas gerações. Nesta direção, são vários os registros que comprovam que estas transmissões fizeram parte, durante muito tempo, do inconsciente coletivo mundial. Dessa forma, no texto de apresentação do livro sobre os 50 anos da televisão no Brasil – organizado por um dos precursores da produção televisiva no país, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, popularmente conhecido como Boni –, o pesquisador Carlos Alberto Vizeu escreve:

O primeiro registro desse sonho está na revista *Punch* de 1877, que fala de um projeto de Edison chamado Telephonoscope. Em 1879, em uma história em quadrinhos, George du Maurier desenhou um casal, na Inglaterra, vendo a filha jogar tênis no Ceilão, através de uma imagem projetada na parede da casa. Em 1880, Murice Le Blanc detalha um sistema de transmitir imagens através de um fio. Em 1882, o francês Robida fez uma série de desenhos proféticos nos quais mostrava pessoas confortavelmente vendo imagens em casa, transmitidas de outros lugares. Essas imagens, em movimento, mudavam, como hoje mudamos de um canal de TV para outro. Entre as emissões retratadas havia um professor dando aula de matemática, uma cena de uma guerra, outra de balé e, finalmente, um alfaiate demonstrando seus produtos, ou seja, uma publicidade explícita. (VIZEU, 2000, p. 13)

É importante destacar também que, na passagem do sonho para a realidade, a invenção da televisão não se configurou como realização apenas de um único indivíduo, mas como resultado de um longo trabalho que contou com o esforço de muitas pessoas, em diferentes momentos e lugares. Nesse sentido, encontramos na literatura registros de diversos experimentos e descobertas que, embora inicialmente pontuais e desconectados, quando reunidos e associados, tornaram possível a criação de um sistema de recepção de imagens e som de forma instantânea.

A análise destes registros nos permitiu constatar que a primeira difusão de uma imagem a distância foi obtida em 1842⁵, por Alexander Bain, através de uma transmissão telegráfica denominada *fac símile*, hoje conhecida como fax.

⁵ Disponível em: <http://inventors.about.com/od/tstartinventions/a/Television.html>. Acessado em 15/04/2010.

No entanto, antes disso, em 1817, a descoberta do selênio e suas propriedades e potencialidades, efetivada pelo químico sueco Jakob Berzelius, foi o primeiro passo dado em direção à materialização das transmissões televisivas, uma vez que o descobrimento da sensibilidade deste elemento químico à luz solar abriu espaço para que, cinquenta e seis anos depois, o inglês Willoughby Smith, engenheiro de telegrafia, encontrasse, inicialmente, uma forma de transformar energia luminosa em energia elétrica, o que tornou possível, posteriormente, o aproveitamento desta última para a transmissão de imagens.

No ano de 1884, a descoberta de Smith possibilitou que o estudante de ciência de Berlim, Paul Nipkow, conseguisse, pela primeira vez, decompor uma imagem em pequenos pontos para, em seguida, reagrupá-los, voltando a obter a imagem inicial. Para realizar tal empreendimento, o estudante alemão buscou associar a capacidade de o selênio transformar energia luminosa em eletricidade à invenção de um disco metálico rotativo com perfurações em espiral que permitiriam a passagem de feixes de luz. Assim, um objeto posto na frente deste disco, batizado com o sobrenome do estudante, teria sua imagem decomposta em pontos luminosos e transformada em impulsos elétricos através de células de selênio. Como a recomposição dos impulsos elétricos em imagem foi impossível, Nipkow não conseguiu completar o sistema. Mas valeu a intenção. Foi creditada a ele a descoberta do princípio que permitiu a exposição/composição da imagem da TV ponto por ponto, cuja luz intensa em pequenas porções permitia que a imagem fosse sucessivamente analisada e transmitida⁶.

Tanto a descoberta de Smith, como o disco de Nipkow foram importantes para que, em 1892, Julius Elster e Hans Getiel inventassem a célula fotoelétrica⁷, dispositivo capaz de transformar energia luminosa em elétrica. Em seguida, em 1897, o alemão Karl Braun criou o tubo de raios

⁶ Disponível em: <http://inventors.about.com/od/tstartinventions/a/Television.html>. Acessado em 15/04/2010.

⁷ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/histormundi.htm> Acessado em 24/05/11

catódicos⁸. Novamente a associação de inventos foi fundamental para que, alguns anos depois, em trabalhos separados e sem conhecer a experiência um do outro, dois cientistas – o britânico Campbell Swinton e o russo Boris Rosing, professor do Instituto Técnico em São Petersburgo – anunciassem a utilização deste tubo de raios catódicos como substituto do disco de Nipkow para reprodução de imagens. Um canhão de elétrons bombardeava uma placa fina coberta com uma substância fotossensível de maneira a manter varreduras horizontais e verticais. Os impulsos gerados podiam ser transmitidos e depois reconstituídos pela inversão do processo.

O russo Rosing registrou a patente da sua invenção primeiro, em 1907. No entanto, considera-se o sistema desenvolvido pelo inglês Campbell Swinton como a base da televisão, uma vez que, mesmo tendo sido patenteado depois, em 1911, era melhor concebido e descrito em detalhes. O mais curioso nesta história é que, embora o termo já tivesse sido criado em francês desde 1900 (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 175), Swinton chamou seu invento de “aparelho de recepção” e não de televisão.

Em 1920, o escocês John Logie Baird⁹ – trabalhando sozinho na sua casa no Soho, Inglaterra – colocou em prática um sistema mecânico que, enfim, viabilizaria transmissões de imagens, de um ponto a outro. Três anos depois, Baird solicitou e conseguiu a patente do sistema mecânico de TV que usava o disco de Nipkow para captar imagens que eram recebidas em um painel formado por lâmpadas. Ainda em 1923, o russo Wladimir Zworykin¹⁰ – assistente de Boris Rosing na União Soviética, que em 1919 havia emigrado para os Estados Unidos – já tinha patenteado o iconoscópio¹¹.

No ano de 1924, então, Baird¹² – que, apresentando-se como inventor de um “dispositivo para ver”, sem fio, havia publicado um anúncio no jornal *The*

⁸ http://inventors.about.com/od/bstartinventors/a/Karl_Braun.htm Acessado em 24/05/11

⁹ <http://inventors.about.com/od/britishinventions/a/JohnBaird.htm> Acessado em 24/05/11.

¹⁰ http://itvbr.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=79&Itemid=91&lang=en
Acessado em 27/04/11.

¹¹ Elemento precursor do tubo de imagem e essencial para as câmeras de TV.

¹² <http://www.tudosobretv.com.br/historvtv/histormundi.htm> Acessado em 24/05/11.

New York Times em busca de alguém que pudesse trabalhar com ele neste invento – conseguiu, com a colaboração de Victor Mills, transmitir a distância contornos de objetos. No ano seguinte, já foi possível visualizar fisionomias. Com um padrão de definição de 30 linhas¹³, Baird fez uma demonstração pública no *Royal Institution*, em Londres, no dia 26 de janeiro de 1926 – o que lhe rendeu um contrato com a British Broadcasting Corporation (BBC), emissora pública de rádio do Reino Unido, para realizar transmissões experimentais. Porém, foi a America Telephone and Telegraph Company (AT&T) que fez a primeira transmissão pública de televisão, em sete de abril de 1927. Era a imagem distorcida e a voz do secretário de governo Herbert Hoover, indo de Washington para Nova Iorque¹⁴.

Também em 1927, um sistema igualmente formado por raios catódicos teve sua patente requerida, na Califórnia, pelo estudante Philo Farnsworth, de 21 anos, que desde os 15 desenvolvia tal projeto. Mas foi Zworykin, que já havia registrado a patente do iconoscópio, quem prosseguiu à frente das pesquisas que resultaram na criação da TV. Por isso, no ano de 1929, Zworykin – dispendo do apoio financeiro da Radio Corporation of America (RCA), onde trabalhava desde sua saída da Westinghouse Electric Corporation, organização do setor de eletrônicos – criou, com a colaboração de Ogloblinsky, um aparelho de TV e conseguiu patentear o “kinescópio”¹⁵.

A estreia formal das transmissões televisivas ocorreu em 30 de abril de 1939, com um pronunciamento do presidente Franklin Roosevelt e a filmagem de alguns *stands* dos expositores de uma feira em Nova Iorque. “Quando a década que terminou em guerra estava quase no fim, a televisão estava sendo apresentada publicamente na *Feira Mundial de Nova York* em 1939, na qual Roosevelt discursou; havia até uma Sala da Fama da Televisão.” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 233).

¹³ A resolução da imagem em TV é medida em linhas. Quanto maior o número de linhas, melhor definição tem a imagem.

¹⁴ <http://www.tvhistory.tv/pre-1935.htm> Acessado em 24/05/11.

¹⁵ Em português, cinescópio. Tubo que possibilita a reverberação de raios catódicos, fundamental na criação do primeiro sistema de transmissão de TV exclusivamente eletrônico.

As reações do público diante das primeiras exibições televisivas foram de entusiasmo e assombro. Nos Estados Unidos, dois dias após uma apresentação pública feita pela AT&T e Bell Telephone Labs, o jornal *The Indianapolis Star* veiculou reportagem com o título “Último Milagre da Ciência”, em que a TV era tratada como “um sonho científico realizado” e uma “maravilha do novo mundo”.¹⁶ Na edição de 13/01/1928, o *Los Angeles Evening Tribune* usou como manchete: “Veja através das paredes pela televisão”¹⁷. De uma forma geral, nota-se que, naquele instante, não havia preocupações com o conteúdo que seria veiculado pela televisão e como este novo e moderno meio de comunicação poderia interferir no modo de vida das pessoas. O encantamento com a tecnologia e a novidade que ela proporcionava eram superiores à vontade de compreender os possíveis desdobramentos cotidianos.

2.1.2 Chegada da televisão no Brasil

Associa-se comumente o pioneirismo na transmissão da televisão brasileira somente ao empreendedorismo do jornalista paraibano Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, por conta da sua responsabilidade direta no que se refere à chegada da televisão no Brasil, em 1950. Porém pesquisas mais aprofundadas sobre o tema revelam que o início dos experimentos visando transmissões televisivas no país contou, bem antes, com a importante colaboração do padre gaúcho Roberto Landell de Moura, que, superando obstáculos como a resistência da Igreja e a destruição de seu laboratório por

¹⁶ Disponível em: <http://www.tvhistory.tv/1927-APR-9-Indianapolis-Star-TV-REPORT.JPG>
Acessado em 18/05/10.

¹⁷ http://www.tvhistory.tv/1928_Jan_13_LA_Herald-TV_Headline.JPG Acessado em 18/05/10.

fanáticos religiosos, realizou experiências para transmissão de imagens a distância e sem fios, batizando a primitiva TV de “A visão a distância”¹⁸.

Como as experiências do padre Landell datam de 1904, pode-se dizer que muito tempo se passou entre elas e o primeiro contato de Chateaubriand com a televisão, o qual somente aconteceu em 1944. Foi só neste ano, durante sua primeira viagem aos Estados Unidos, em plena Segunda Guerra Mundial, que o jornalista, misto de empresário e visionário e dono dos Diários Associados – cadeia de jornais, emissoras de rádio, agências de notícias, revistas e editoras –, tomou conhecimento da nova invenção e, imediatamente, vislumbrou os avanços dos seus negócios, a partir da utilização daquela promissora novidade que se espalhava por aquele país. Como nos conta Morais, Chateaubriand,

Algumas semanas depois da sua volta, reuniu, em São Paulo, um grupo de empresários, liderados por Walter Belian, da Cervejaria Antarctica, e Baby Pignatari, para pedir-lhes apoio para uma nova aventura: – Estou boquiaberto com o que me foi mostrado em Nova York por David Sarnoff, o boss da NBC: a televisão, a oitava maravilha do mundo. Num estúdio fechado um conjunto de câmara tocava um trecho de *La Bohème*, de Puccini. A cinquenta metros dali, em outra sala, através de um aparelho, eu pude ver e ouvir com perfeição a execução da ópera. Eu os reuni aqui para comunicar que terminada a guerra, vou importar aquela tecnologia e instalar uma estação de televisão no Brasil. Queria que suas indústrias fossem se preparando, porque vocês vão ser os privilegiados que dividirão comigo as glórias de trazer esse invento revolucionário para cá. (MORAIS, 1996, p. 439-440).

De fato, logo que a guerra terminou, Assis Chateaubriand retornou aos EUA, a fim de adquirir os equipamentos para a montagem da sua primeira emissora de TV, que seria também a primeira do Brasil e da América Latina e a quarta do mundo. Segundo Cruz (2008, p. 39), “Chateaubriand importou 30 toneladas de equipamentos da americana RCA Victor, por US\$ 5 milhões” (CRUZ, 2008, p. 39). A negociação, realizada com a RCA em 25 de março de 1950, incluiu, além das câmeras e do kit básico necessário para tal fim, alguns poucos televisores.

¹⁸ http://pt.wikipedia.org/wiki/Roberto_Landell_de_Moura Acessado em 25/05/11.

Em 03 de abril daquele ano, os primeiros aparelhos foram instalados no saguão dos Diários Associados e o transmissor RCA foi montado no alto do edifício do Banco do Estado de São Paulo, na Avenida São João. A geração das imagens era feita a partir do estúdio, na Rua 07 de abril, no Centro. Experimentalmente, de 20 a 26 de julho, foram realizadas transmissões do show “Vídeo Educativo”, na Faculdade de Medicina de São Paulo, com equipamentos da General Electric e da E.R. Squibb & Sons do Brasil Inc.

Cerca de um mês antes da inauguração da TV pública no Brasil, o engenheiro americano Walther Obermüller, diretor da NBC-TV, chegou ao país para supervisionar os trabalhos e questionou a dois diretores da TV Tupi a quantidade (em milhares) de aparelhos de TV vendidos pelo comércio paulista à população. Estarrecido com o que ouviu, advertiu Chateaubriand:

– Doutor Assis, o senhor está investindo 5 milhões de dólares na TV Tupi, e sabe quantas pessoas vão assistir à sua programação a partir do dia 18? Zero. Sim, zero, ninguém. Além dos que estão expostos em meia dúzia de vitrinas, não há aparelho instalado na casa de ninguém, em todo o estado. (MORAIS, 1996, p. 500).

Chateaubriand pediu ao engenheiro americano que se acalmasse. Entrou em contato com o dono de uma empresa de importação e exportação e solicitou que duzentos aparelhos de TV fossem trazidos de avião dos Estados Unidos no prazo de três dias. Ao saber que não era tão simples, por conta da burocracia do Ministério da Fazenda, não hesitou:

– Então traga de contrabando. Eu me responsabilizo. O primeiro receptor que chegar eu mando entregar no Palácio do Catete, como presente meu ao presidente Dutra. (MORAIS, 1996, p. 501).

Em 10 de setembro, a TV Tupi realizou uma transmissão em caráter de teste – um filme em que Getúlio Vargas, ex-presidente do Brasil, falava do seu retorno à vida política. Enfim, chegou o dia 18 de setembro de 1950 e com ele a inauguração da PRF-3 TV, a TV Tupi de São Paulo, cuja razão social era Rádio e Televisão Difusora, mais uma empresa da cadeia Diários Associados, que chegaria a ter 22 emissoras de TV. Nesta data histórica, cerca de duzentos

aparelhos de TV distribuídos pela cidade de São Paulo levaram ao público a primeira exibição no país.

2.1.3 Expansão da Televisão no Brasil

Diversos pesquisadores, como Simões (2004), Wolton (1996), Cruz (2008) e Mattos (2000), se arriscaram a delinear uma periodização histórica da TV brasileira, em um esforço de melhor compreender este veículo e o seu crescimento ao longo das últimas décadas. Com o mesmo intuito, considero bastante pertinente para esta pesquisa discutir os estudos realizados por estes autores. Dessa forma, adoto a divisão histórica proposta por Mattos – uma vez que as etapas por ele traçadas permitem uma melhor sistematização do percurso histórico da televisão no Brasil. No entanto, acrescento às suas reflexões também as ideias dos outros autores citados, na medida em que todos eles buscaram relacionar a questão da evolução da televisão brasileira aos contextos socioeconômico, político e cultural de cada época, possibilitando, dessa forma, uma discussão mais crítica sobre este tema.

Assim, são seis as fases em que Mattos divide a história da TV brasileira: elitista, em que a televisão era vista como luxo de uma elite econômica; populista, que associa a TV à modernidade; a fase do desenvolvimento tecnológico, marcada pelo aperfeiçoamento das redes de TV; a de transição e de exportação, durante a Nova República, momento em que crescem as exportações de programas; a da globalização e da TV paga, quando o Brasil insiste em se modernizar e a televisão precisa se adaptar a essas mudanças; e, por fim, a fase da convergência e da qualidade digital, período no qual o avanço técnico permitiu que se começasse a pensar na interatividade dos veículos de comunicação com a internet e outras tecnologias de informação.

2.1.3.1 Primeira Fase: A Implantação (1950 – 1964)

A fase denominada de elitista (Wolton, 1996; Mattos, 2000) se inicia com a chegada da TV no Brasil, em 1950, e se estende até 1964. Wolton destaca os quatro primeiros anos desta fase como aqueles dedicados à implantação do novo veículo no país, e analisa que, mesmo com os avanços nos dados obtidos logo no início, durante todo este período o acesso a este veículo permaneceu ainda restrito a um pequeno número de pessoas.

Este primeiro momento, em que a imagem de Chateaubriand estava fortemente associada ao novo meio de comunicação, se caracteriza pela aquisição de equipamentos, de inaugurações e estímulo ao telespectador para que comprasse um aparelho de televisão. O problema nesse sentido é que o preço de um televisor chegava a ser três vezes mais que o de uma radiola potente, na medida em que o Brasil não produzia nenhum componente da máquina que acabara de ser apresentada ao público e tudo precisava ser importado (Mattos, 2000, p. 92-94).

Tantos entraves iniciais se justificavam pelo fato de que o quadro socioeconômico brasileiro não era favorável à implantação da TV em 1950.

Na atividade econômica prevalecia o setor agrícola, com mais de dois terços da população vivendo em área rural, onde a maioria absoluta das propriedades não contava nem sequer com energia elétrica. Tais características, aliadas ao cunho de total imprevisto que marcou os primeiros anos da TV e as limitações técnicas do equipamento da época, levaram a televisão brasileira a um prolongado período de hibernação. Para se ter uma ideia, em 1956 existem apenas 250 mil televisores em todo o país, concentrados basicamente no eixo Rio-São Paulo. (SIMÕES, 2004, p. 19).

Mesmo com as dificuldades enfrentadas, já no ano seguinte à inauguração da TV no país, o público brasileiro pôde acompanhar a primeira telenovela produzida no Brasil. Isto foi possível graças ao início da fabricação de televisores nacionais da marca *Invictus*. Quando foi ao ar, de 21 de dezembro de 1951 a 15 de fevereiro de 1952, “Sua Vida me Pertence” era

exibida apenas duas vezes por semana por falta de condições técnicas (MATTOS, 2000, p.97). O fato de ser ao vivo implicava em uma série de necessidades específicas inviáveis para uma produção diária.

Com a produção nacional, em 1952 já se conseguia chegar à casa dos onze mil aparelhos de TV no país. Calcula-se que o preço de um televisor estaria próximo ao de um carro. Dois anos depois, o Brasil atingia os 34 mil domicílios com aparelhos de TV¹⁹.

O contexto histórico da fase elitista se caracteriza por um Brasil pós-guerra, vivenciando a queda de Getúlio Vargas e uma política amparada em grupos envolvidos com o poder industrial e financeiro. Já nesta época, como lembra Almeida (1988), os avanços e a disseminação da TV no país atrelam-se fortemente a interesses políticos. À medida que este novo meio de comunicação avançava pelo país, outras emissoras, além da TV Tupi de São Paulo, que inaugurou a TV no Brasil, viriam para movimentar o mercado. Em março de 1952, em um prédio residencial, começava a funcionar a TV Paulista, Canal 5 de São Paulo. Em setembro de 1953, era a vez da TV Record – primeira a ter um prédio projetado para uso específico em transmissões televisivas. No mês de setembro de 1955, os Diários Associados inauguraram a TV Itacolomi, em Belo Horizonte. No ano seguinte, Chateaubriand pôs no ar nove estações: São Luís, Belém, Goiânia, Fortaleza, Recife, Campina Grande, Salvador, Porto Alegre, Curitiba.

Mas os avanços tecnológicos custavam a chegar ao Brasil e muito se improvisou para viabilizar as exibições. Foi em 1956 que a TV Tupi fez uma transmissão interestadual, do Rio para São Paulo. Era o jogo Brasil X Itália, no Maracanã. Na falta de antenas parabólicas, o técnico da TV Tupi usou tela de galinheiro no corpo das três antenas. Ainda assim, em 1957, foram iniciadas as primeiras transmissões sistemáticas para o interior do estado de São Paulo.

Contavam-se naquele momento, início da década de 1960, dez emissoras de TV no Brasil. Após dois anos, viria a TV Excelsior e, no ano

¹⁹ <http://www.tudosobretv.com.br/historvtv50.htm> Acessado em 25/05/11.

seguinte, seriam criadas a TV Paranaense (no Paraná), a TV Itapoan (em Salvador, primeira emissora baiana) e a TV Cultura de São Paulo, as duas últimas pertencentes aos Diários Associados.

Em 1962²⁰, foi criado o Código Brasileiro de Telecomunicações, que autorizou a constituição da Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL), empreendimento público que daria garantias às concessionárias. Analisando esta tentativa de normalização da TV brasileira, Valim, Costa e Fiodeliso afirmam que “O Código inova na conceituação jurídica das concessões de rádio e televisão, mas peca em continuar atribuindo ao executivo poderes de julgar e decidir, unilateralmente, na aplicação de sanções ou de renovação de concessões.”²¹ Também neste período foram criados o CONTEL (Conselho Nacional de Telecomunicações) e a ABERT (Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão). Com a pressão conjunta, os empresários conseguiram alterar o prazo das concessões de três para 15 anos.

Em 1962, houve a inauguração da TV Gaúcha, que daria origem à Rede Brasil Sul de Comunicação (RBS). Por sua vez, a TV Excelsior, de olho no mercado, modernizou seus equipamentos, contratou pessoal de ponta e investiu em teledramaturgia. No ano seguinte, se destacou como a primeira a implantar programação horizontal (novela todos os dias, às 20h) e vertical (programa infantil seguido de novela, depois jornal, show, acostumando, assim, o telespectador a uma ordem na programação). A Excelsior demonstrava rigorosa preocupação com a estética, tendo a qualidade visual como a característica das produções que veiculava.

²⁰ http://www.teleco.com.br/legis_forum/quadros02.asp Acessado em 25/05/11.

²¹ Disponível em: <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/> Acessado em 08/01/2010.

2.1.3.2 Segunda Fase: Populista (1964-1975)

O ano de 1964, no qual teve início a ditadura militar no Brasil, marca também o começo da segunda fase do percurso histórico da TV brasileira, denominada por Mattos (2000) de populista. De acordo com este autor, este é, sem dúvida, o período de maior influência política no desenvolvimento da TV no país, na medida em que, para o regime militar, este veículo se apresentava como um estratégico instrumento de controle e integração nacional e, sob este prisma, o seu poder foi sendo idealizado, construído e sustentado por tal regime.

As comunicações foram essenciais para o governo alcançar alguns dos objetivos de sua política de Segurança Nacional, como a integração do país, a partir do golpe de 1964. Os dois principais instrumentos foram a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), que forneceu a infraestrutura necessária, e a Rede Globo, responsável pelo conteúdo moldado tanto pela identificação de interesses quanto pela força da censura, a partir do Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1968. Antes, as emissoras eram operações isoladas, mesmo quando um grupo possuía várias delas. (CRUZ, 2008, p. 28).

O período pós-1964 até 1975 é descrito por Wolton (1996) como dedicado ao estabelecimento e à decolagem da televisão no nosso país, bem como em grande parte dos países europeus. O uso das antenas de micro-ondas, o estímulo à criação de redes²² e as transmissões via satélite colaboraram para a expansão da TV nesta etapa. Também nesta década, houve o aumento da produção e do consumo de televisores, que provocou uma popularização da programação, forçada pelo novo público telespectador. É neste momento que se observa uma maior inserção de telenovelas e shows de auditório.

O impulso das indústrias eletrônicas, depois de 1964, provocou um aumento da produção de aparelhos de TV, no intuito de atender ao mercado interno em ascensão. Tecnologia e investimentos externos fomentavam

²² O conceito de rede será melhor tratado no final deste capítulo.

empresas estatais, empresas privadas nacionais e corporações multinacionais. Os meios de comunicação de massa, com maior ênfase na televisão, se tornaram difusores da tecnologia do regime e também da produção de bens duráveis e não-duráveis.

Os televisores em preto e branco tiveram um aumento de 24,1% nas vendas entre 1967 e 1979, já os aparelhos de TV em cores atingiram apenas 1.479% entre 1972 e 1979. Para estimular as compras e fazer com que o veículo televisão fosse fortalecido, em 1968, o governo lançou uma política de crédito direto ao consumidor que permitia o parcelamento em 12, 24 ou 36 meses para quem comprasse televisores (MATTOS, 2006, p. 102). À medida que houve o aumento do número de telespectadores, as emissoras foram se convertendo, simultaneamente, em veículo publicitário nacional, abrindo campo para os anúncios das indústrias. Houve o chamado “boom da televisão”, provocado, inclusive, pela autorização, por parte do governo militar, de 67 novas concessões em todo o território nacional (MATTOS, 2006, p. 54).

Se nos anos 50 a televisão se destina a uma elite – a dos que podiam comprar um aparelho de TV – na década seguinte ela se torna um típico veículo de massa. O número de aparelhos em uso no país passa de 2.000 em 1950 para 760.000 em 1960 e 4.931.000 em 1970. Mudanças radicais na programação das emissoras acompanham esse processo. A programação se torna cada vez mais popularesca para atrair e agradar ao público. (MIRA, [19-], 30).

Nos anos 1970, como consequência dos investimentos tecnológicos no setor, as empresas de televisão passaram por um momento de profissionalização, que começou com a passagem dos cargos de direção dessas emissoras – antes nas mãos dos seus donos e/ou familiares, ou de pessoas do meio artístico – para o comando de profissionais ligados ao mercado publicitário. Foi assim a ascensão de nomes como José Bonifácio de Oliveira Sobrinho e Walter Clark. Tais profissionais, com a experiência que traziam deste mercado, mudaram o perfil da TV brasileira desde então.

A modernização da televisão nos anos 70 foi, antes de mais nada, um processo de racionalização interno: da produção e da comercialização, pois, em vez de negociar exclusivamente os programas do horário nobre, a emissora carioca começa a vender “pacotes” de anúncios distribuídos ao longo da programação. Era preciso oferecer condições econômicas para a sustentabilidade das emissoras, focar os anunciantes e investir na busca pela audiência. Foi assim que surgiu, por exemplo, o programa Fantástico, primeiro a ser formatado a partir de consulta ao telespectador, que substituiu Chacrinha. (MIRA, [19-], 40).

A televisão se tornava símbolo da modernidade – a qual se pretendia alcançar. A realização de obras, o estímulo à aquisição de equipamentos na área de telecomunicações, a expansão das redes de televisão eram ações que se somavam no sentido de se conquistar certo *status* de evolução no país. E foi este o impulso aproveitado pela TV Excelsior, que teve a possibilidade de constituir uma rede, enviando programas produzidos por ela para outras emissoras de diversas capitais. No entanto, apesar dos investimentos em programação e conteúdo, além dos feitos, anteriormente, em pessoal e equipamentos, a Excelsior não se sustentou após a crise econômica provocada por uma intervenção federal, quando os militares assumiram o poder²³.

Além de abrir uma linha de crédito para compra de receptores e de disponibilizar infraestrutura para a expansão do serviço de micro-ondas, em 1965, o governo deu outro reforço às transmissões televisivas. Com recursos do Fundo Nacional de Telecomunicações, dinheiro administrado pela EMBRATEL, construiu um sistema de micro-ondas²⁴ – a TELSTAR –, com 18 mil quilômetros de enlace, que levou quatro anos para ficar completamente acabado.

²³ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv60.htm> Acessado em 07/06/11.

²⁴ As micro-ondas, que são um tipo de onda de rádio, são muito usadas quando há necessidade de enviar dados para uma distância de vários quilômetros. A transmissão dos seus sinais não usa cabos ou fio, acontece através do ar entre as estações e ocorre em linha reta, de tal forma que as torres repetidoras devem estar à vista uma da outra. Normalmente, as estações repetidoras dessas ondas são alocadas com cerca de 48 km de distância uma da outra – a curvatura da Terra pode ocultar o sinal se essa distância aumentar. A transmissão em micro-ondas, tipicamente, tem altas larguras de bandas, podendo conduzir muitos canais de programação de televisão a cores ou milhares de conversas em telefones. Disponível em: <http://www.di.ufpb.br/raimundo/Tutoredes/Meios.htm> Acessado em 09/03/10.

No auge deste estímulo governamental, em 1965, Roberto Marinho, até então dono do Jornal “O Globo”, ganhou a concessão de dois canais de TV, em Brasília e no Rio de Janeiro, e a TV Globo inaugurou inicialmente duas estações: “[...] TV Globo, canal 4, no Rio de Janeiro; no mesmo ano, a compra da TV Paulista, que se tornaria a TV Globo de São Paulo [...]”.²⁵

A TV Globo, emissora de Roberto Marinho, conseguia aliar o impulso militar à possibilidade de entrada de capital externo no país para beneficiar a indústria da comunicação brasileira com interesses políticos e econômicos externos. Mesmo sendo proibido pela Constituição Federal, o empresário firmou um acordo de cinco milhões com a *Time Life*, um grupo americano, que daria apoio técnico e de pessoal ao novo empreendimento. Em depoimento no livro escrito pelo amigo Boni (2000), o americano Joe Wallach, enviado pela *Time-Life* para dar suporte à Rede Globo, declarou:

O acordo da *Time-Life* com Roberto Marinho previa a construção dos estúdios e do prédio no Rio e assistência técnica da *Time-Life*. O acordo foi ampliado depois para incluir São Paulo. Por isso, a *Time-Life* iria receber 49% dos lucros a título das instalações e assistência técnica.” (BONI, 2000, p. 121).

Durante os cinco anos de acordo, não houve lucro. De acordo com Joe Wallach, em entrevista ao jornalista Guilherme Werneck, da Revista Trip²⁶, “A *Time-Life* pagou para comprar prédios e instalações, e aí a Globo pagou um aluguel baseado no lucro, que nunca aconteceu. Porque a Globo nunca tinha lucro, então nunca deu nada [risos]”. A atitude de Marinho foi investigada em uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI).

Não havia, oficialmente, qualquer contrato regulando as remessas de dólares. Na Comissão Parlamentar de Inquérito, Roberto Marinho declarou que nem sabia quanto estava devendo para *Time-Life* e que

²⁵ Dicionário da TV Globo. Vol. 1: Programas de Dramaturgia & Entretenimento, p. xiii.

²⁶ Disponível em: <http://revistatrip.uol.com.br/revista/169/paginas-negras/joe-wallach/page-2.html> Acessado em 16/03/2010

tudo corria simplesmente “com condição de um acerto futuro”. (HERZ, 1987, p. 193).

Apesar de, em 1969, ter sido obrigada a nacionalizar a empresa, rompendo o contrato com a *Time Life*, a TV Globo não sofreu grandes danos. Em razão do grande aporte de recursos que dispunha, por conta do acordo com o grupo americano, a Globo já começou com destaque técnico em relação às outras TVs. Isso sem contar sua forte ligação com o poder. Mesmo antes de ser inaugurada, a Globo vinha sendo pensada como uma empresa líder de mercado, sempre aliada ao governo.

A preparação da TV Globo começou em 9 de janeiro de 1951, quando a Rádio Globo encaminhou ao governo Eurico Gaspar Dutra (1946-1951) o pedido de concessão de canal de TV, seis meses depois da TV Tupi. Em 13 de março de 1951, conseguiu a aprovação do pedido, pelo recém-empossado presidente Getúlio Vargas (1951-1954), que acabou revogando a concessão dois anos depois, em janeiro de 1953. A primeira concessão seria dada por Juscelino Kubitschek (1956-1961), em 1957, e a segunda, para Brasília, por João Goulart (1961-1964). (CRUZ, 2008, p. 28).

Em 1967, foi finalmente inaugurada a TV Bandeirantes, planejada por cinco anos. Em 1968, o país já somava três milhões e duzentos mil aparelhos de TV. Um crescimento vertiginoso, devido, principalmente, ao impulso do crédito direto ao consumidor, que estimulou um aumento de 47% em relação ao ano anterior²⁷.

Em 1969, ocorreu a inauguração da TV Aratu, segunda emissora da Bahia, afiliada, inicialmente, à Rede Globo, e, hoje, ao SBT. Em São Paulo, a TV Cultura passava por testes técnicos e de produção envolvendo os alunos do Curso de Rádio e TV da ECA (USP), que depois de formados compuseram o quadro de profissionais da emissora. A TV Cultura trazia um caráter de TV pública, ligada à Fundação Padre Anchieta.

²⁷ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv60.htm> Acessado em 27/04/11.

Em 22 de outubro de 1975, um decreto assinado pelo então presidente Ernesto Geisel concedia o primeiro canal ao empresário Sílvio Santos. O canal 11, do Rio de Janeiro, só entraria no ar em 14 de maio do ano seguinte, inicialmente, das seis da tarde à meia-noite. Sílvio já havia sido acionista da TV Record, desde 1953. Quando a emissora esteve à venda, em 1972, não pôde comprá-la, por conta do contrato que tinha com a Globo, onde apresentava seu programa dominical (CRUZ, 2008, p. 42).

O censo de 1970²⁸ confirmou a existência de televisores em 27% das residências brasileiras, sendo que 75% dos aparelhos estavam concentrados entre Rio de Janeiro e São Paulo. Entre as causas do crescimento do número de televisores, destaca-se a transmissão da Copa do México, que levou moradores de quatro milhões de residências a sucumbirem à compra de um aparelho de televisão, totalizando cerca de 25 milhões de telespectadores.

Neste período, o governo militar buscava estratégias para se fortalecer mais ainda, investindo na rede física de comunicações como forma de resguardar a segurança nacional. O regime militar fomentou a criação de condições operacionais para as telecomunicações no Brasil, uma vez que viabilizou o acesso à rede de micro-ondas, a implantação de redes de cabo coaxial, o uso de satélite, a transmissão em cores. Ao tempo em que contribuía para o desenvolvimento técnico da televisão, o regime utilizava este veículo de comunicação para promoção dos ideais autoritários.

Um exemplo de uso da TV para propagar ideias de interesse do governo militar, apresentado por Mattos (2000), são as vantagens tiradas pelo presidente Médici sobre o triunfo da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de Futebol, em 1970, no México. Naquele momento, o presidente, um dos representantes mais repressores da ditadura militar, aproveitou para veicular uma campanha que pregava *slogans* como “Pra frente, Brasil” e “Brasil: Ame-o ou deixe-o”. Por investidas como esta, Médici, paradoxalmente, era tido como um dos mais populares dos presidentes militares.

²⁸ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv70.htm> Acessado em 27/04/11.

Nos períodos de Médici a Geisel, de 1969 a 1979, a ditadura militar se preocupava não só com o desenvolvimento técnico da TV, mas também com seu conteúdo. Um exemplo legítimo dessa preocupação foi o Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1968, no qual, além dos muitos mandatos eletivos cassados, *habeas corpus* suspensos, intervenções federais decretadas sem qualquer salvaguarda constitucional, encontra-se uma forte censura aos meios de comunicação (MATTOS, 2000, p. 106).

Em uma via de mão dupla, tanto a indústria televisiva tirou proveito da situação criada pelo regime militar, quanto este último, de 1964 a 1985, se beneficiou das possibilidades oferecidas pelo veículo. (MATTOS, 2000, p. 103). O rápido crescimento da televisão nestes anos foi resultado direto e indireto das políticas adotadas pelos militares, e a continuação desse crescimento, ainda hoje, permanece como reflexo das ações oficiais em todos os setores. Foi decisão do governo, por exemplo, a opção pelo sistema PAL-M para transmissão de TV em cores, o tipo de tecnologia a ser adotado pelo sistema de TV a cabo, a regulamentação de empresas que exploram a internet e o modelo digital a ser implantado no país (CRUZ, 2008).

Em 1977²⁹, a TV já ficava com 55,8% das verbas que as empresas públicas e privadas brasileiras destinavam para publicidade. Desse total, 85% iam para a TV Globo, enquanto a TV Tupi ficava com 11% e o restante era distribuído entre as outras quatro emissoras. No país, apenas 50% das residências possuíam aparelhos de TV. Destas, 80% se concentravam no eixo Rio-São Paulo.

Mattos (2000) destaca que já na segunda fase de seu desenvolvimento no Brasil a televisão pôde consolidar o gênero telenovela. O fato de a TV comercial se constituir mesmo em uma empresa privada trouxe regras que levaram à centralização das produções e formação de uma audiência nacional. O autor ressalta o papel deste gênero televisivo na arregimentação das massas para o veículo. “A telenovela era uma espécie de compensação para a população, pois até 1975 a programação era extremamente cassada pela

²⁹ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv70.htm> Acessado em 27/04/11.

censura” (MATTOS, 2000, p. 118). O impulso dado pelas novelas tornou possível maior participação do setor da teledramaturgia no bolo publicitário. No campo do jornalismo, melhorias nos processos de revelação dos filmes e câmeras que proporcionavam mais mobilidade imprimiram agilidade na captação de notícias e um conseqüente aumento da participação do jornalismo na programação televisiva.

No entanto, apesar do crescimento do suporte publicitário das empresas, no fim desta década, a TV Tupi ainda buscava estratégias para superar uma situação extremamente crítica no que tange a sua administração, iniciada em 1959, quando Chateaubriand, por conta de problemas de saúde, resolveu repassar 49% da emissora para seus funcionários (MORAIS, 1994, p. 613). Foi neste período que, com o agravamento da sua doença, o empresário efetuou a doação dos outros 51% da sua empresa e Mauro Salles, executivo do setor de televisão, assumiu a direção, na tentativa de reerguer a emissora. Mas ficou no cargo apenas quatro meses. Como as dificuldades não foram sanadas, em 1980 a TV Tupi teve sua concessão cassada por meio de decreto presidencial (CRUZ, 2008, p. 40).

A Globo, por sua vez, em plena ascensão, criou a Rede Regional de Televisão, com uma programação nacional única e uma pequena parte local, de acordo com cada região. Já faturava US\$ 300 mil com vendas externas. Em outubro de 1977, foi inaugurada a TV Campinas, embrião da EPTV (Emissoras Pioneiras), afiliada da Globo, que continua operando hoje com cerca de 7% do mercado consumidor do Brasil³⁰.

2.1.3.3 Terceira Fase: Desenvolvimento Tecnológico (1975-1985)

De acordo com Mattos (2000), a fase do desenvolvimento tecnológico tem como principais iniciativas o aperfeiçoamento das redes de TV, a

³⁰ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv70.htm> Acessado em 12/06/11.

padronização da programação televisiva em todo o país e a sedimentação do conceito de rede de televisão – ações previstas pelo projeto militar e que expressam uma necessidade das emissoras para dar conta de tantas horas de programação.

Sem dúvida, o governo foi a mais importante força motriz por trás do desenvolvimento da indústria televisiva brasileira, especialmente da TV Globo (criada depois do Golpe de 64). Ao criar facilidades nas telecomunicações, tais como as redes de microondas, o cabo coaxial, os satélites e a televisão a cor, o regime militar brasileiro contribuiu para o desenvolvimento técnico da televisão, utilizando-a para promover os ideais do regime. (MATTOS, 2000, p. 102)

O suporte técnico governamental viabilizou o aprimoramento da televisão. Para as redes de TV, este apoio dos militares foi bastante interessante, pois, além de ampliar o seu público, padronizou a programação, preenchendo mais facilmente a grade das emissoras menores (afiliadas espalhadas pelo interior do Brasil, que, desde sempre, enfrentam dificuldades de produção) e dando uma noção de unidade à rede. Sob o ponto de vista do governo, emissoras de TV interligadas nacionalmente se tornaram instrumentos para propagar os interesses militares – sem contar que, integradas, facilitavam a fiscalização e a censura dos conteúdos.

Esta terceira fase coincide com a divulgação dos números de um novo censo, realizado pelo IBGE, em 1980. Entre outros dados, este recenseamento mediu também o crescimento da televisão brasileira com base no número de lares com receptores, e constatou que “55% de um total de 26,4 milhões de residências já estavam equipadas com aparelhos de TV, um crescimento de 1.272% entre 1960 e 1980.” (MATTOS, 2000, p. 129).

Além da cassação da TV Tupi de São Paulo, os anos de 1980 trouxeram o fim de mais outras emissoras: TV Tupi (Rio de Janeiro), TV Marajoara (Belém), TV Itacolomi (Belo Horizonte), TV Rádio Clube (Recife), TV Piratini (Porto Alegre) e TV Ceará (Fortaleza). Com estes canais e mais dois também cassados da Tupi (Canal 9, de São Paulo, ex-Excelsior e Canal 9, do Rio de

Janeiro, ex-Continental, ambas extintas nos anos 1970), o governo criou duas redes e abriu licitação para elas. Dos nove interessados, o Grupo Sílvio Santos ficou com quatro canais (São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belém), que deram origem ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). A Manchete, de Adolpho Bloch, ficou com cinco canais (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife e Fortaleza).³¹ Em 1980, o cálculo chegava a 106 emissoras comerciais e 12 estatais.

A Globo tornou-se *Network of Brasil*, com a exportação de programas para 71 países. Criou, desta forma, uma divisão internacional e comprou a TV Monte Carlo, em Mônaco. Em 1982, somava 27 emissoras no Brasil, além de 42 estações afiliadas, com um total de 5.500 funcionários. Foi também a Rede Globo que iniciou o uso de satélite³² na programação. Porém, a Rede Bandeirantes conseguiu ser pioneira na substituição do sistema de micro-ondas por satélite, tornando mais baratos os custos de transmissão³³.

Enquanto isso, em 1983, a Rede Manchete começava a funcionar com as cinco emissoras próprias e mais a afiliada TV Pampa, com sede em Porto Alegre. Foram 50 milhões investidos em equipamentos avançados. Parte da programação era composta por séries e filmes, em uma proposta, como dizia o *slogan*, de ser uma “Televisão de Primeira Classe” e “A TV do ano 2000”³⁴.

Em março de 1985³⁵, foi lançado o primeiro satélite brasileiro para telecomunicações. Neste mesmo mês, foi inaugurada a TV Bahia, transmitindo a Manchete – embora com a ascensão de José Sarney à presidência, o contrato de afiliação tenha sido alterado para transmissão da Rede Globo. Apesar de diversos investimentos e tentativas de se reerguer, a Rede Manchete já apresentava sinais de crise. No ano seguinte, a situação crítica da empresa se tornou pública.

³¹ CRUZ, 2008, p. 41.

³² Trataremos melhor deste assunto no final deste capítulo.

³³ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv80.htm> Acessado em 12/06/11.

³⁴ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv80.htm> Acessado em 12/06/11.

³⁵ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv80.htm> Acessado em 27/05/11.

Nesta fase, somam-se 83 concessões de canais de televisão outorgados – 47 no governo Geisel e 36 no de Figueiredo. “No final desta terceira fase constata-se a existência de quatro redes comerciais operando em escala nacional (Bandeirantes, Globo, Manchete e SBT), duas regionais (Record, em São Paulo, e Brasil Sul, no Rio Grande do Sul) e uma rede estatal (Educativa).” (MATTOS, 2000, p. 133).

Paralelamente, na década de 1980, também ganha força a produção independente. Neste período, iniciativas diversas marcaram o início do percurso da TV alternativa³⁶ no Brasil: TV Olho, com seu VHS e suas caixas de som em uma das praças de Duque de Caxias; a TV Viva, em Olinda (PE), com exibições ao ar livre em Recife; TV Bixiga³⁷, defendendo o patrimônio artístico e cultural do bairro homônimo em São Paulo – os monitores circulavam pelo bairro sobre veículos -; TV dos Trabalhadores, no ABC, vinculada ao Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo e Diadema, promovendo discussões sobre salário e condições de trabalho. Dentro destas iniciativas podem ser incluídas também a TV Cubo e a TV Vento Levou, TVs Piratas que, transmitindo programação sem a autorização do governo, encontravam artifícios para driblar a fiscalização do Departamento Nacional de Telecomunicações (DENTEL).

Embora Almeida ressalte o amadorismo que imperou na televisão durante esta terceira fase e ao longo de outras seguintes – mesmo no que se refere ao marketing, estava presente a marca do improviso: “[...] um modo de produção artesanal, baseado mais em instintos do que em estudos de *marketing*” (ALMEIDA, 1988, p. 20) –, nas décadas de 50 a 70, a verba publicitária das empresas públicas e privadas para TV saltou de 11% para 40%. Na década de 80 já havia atingido os 60%.

Bucci ressalta que tantos números confirmam um espantoso crescimento da situação financeira do país e costumam ser invocados como

³⁶ Eram produções e exibições que fugiam da formatação das grandes emissoras, trabalhando temas diferenciados a partir de linguagens inovadoras. Até a veiculação destes produtos para o público buscava meios não convencionais, baratos e, ao mesmo tempo, criativos.

³⁷ Hoje há a intenção de exibição na *web* da TV Bixiga, no *site* que abriga o jornal do bairro: <http://www.bixiganews.com.br/> Acessado em 28/04/2010.

indicadores de desenvolvimento da economia nacional. Contudo, chama a atenção para o possível equívoco de se confundir crescimento com desenvolvimento real. De acordo com o autor,

[...] o que se verifica é bem o inverso: a importância da televisão numa sociedade, atualmente, é diretamente proporcional às taxas de analfabetismo e de subdesenvolvimento. A influência do veículo tende a ser maior na pobreza do que na riqueza, maior em continentes como a América Latina do que nos Estados Unidos. Em países mais desenvolvidos, existe ao menos a possibilidade de que outras instituições, como a imprensa escrita ou mesmo a escola e a família, possam mediar a influência da televisão – e a lei (que é cumprida) estabelece limites mais claros para o poder das grandes redes. Se compararmos o Brasil com os países europeus, veremos que não apenas aqui a TV é um hábito mais cultivado, uma referência mais constante, como o poder do veículo (e de cada uma das grandes redes) é incomparavelmente superior. (BUCCI, 1997, p. 15).

A preocupação de Bucci (1997) se justifica se percebermos que, em meio a todas estas experiências da televisão nacional, o Código Brasileiro de Telecomunicações, cuja Lei nº 4.117, de 1962, foi aprovada para execução pelo Decreto nº 52.026 de 20/05/63, que era acusado de denotar um caráter autoritário e restritivo ao meio (ALMEIDA, 1988, p. 20), levou mais de vinte anos para ser revisto. Só em 1988, o Decreto nº 97.057 trouxe alterações para os Títulos I, II e III³⁸.

E foi nesta nova versão do CBT, em uma situação pós-ditadura militar, que a revisão do Título III (“Das Definições”) acrescentou o item “Televisão/TV: forma de telecomunicação caracterizada pela transmissão de imagens transientes, animadas ou fixas, reproduzíveis em tela optoeletrônica à medida de sua recepção”.³⁹ A nosso ver, uma definição vasta que, certamente, não exclui as novas formas de fazer e ver televisão pouco mais de 20 anos depois.

³⁸ Fonte: http://www.wisetel.com.br/acoes_de_regulacao/regulamentos/rg_cbt2.htm

³⁹ Código Brasileiro de Telecomunicações, 1988. Disponível em <http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/114374/decreto-97057-88>. Acessado em 16/03/2010.

2.1.3.4 Quarta Fase: Transição e Exportação (1985-1990)

Essa fase da evolução da TV brasileira, como assinala Mattos (2000), é marcada politicamente pela transição do regime militar para o civil. Neste sentido, é possível afirmar que as principais mudanças na área de comunicações que pontuaram este período ocorreram em virtude da promulgação, em 5 de outubro de 1988, da nova Constituição, que traz no Capítulo V um texto dedicado especificamente à comunicação social. Com a nova Carta Magna, o sistema de concessão de rádios e TVs foi alterado, exigindo a aprovação também do Congresso Nacional, deixando de ser, assim, apenas uma decisão pessoal do presidente da República. Além disso, o cancelamento da concessão antes do vencimento do prazo (10 anos para rádio e 15 para TV) passou a depender de decisão judicial.

Foi no final dos anos 1980⁴⁰ que o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) instalou os primeiros medidores de audiência em residências brasileiras, os *peoplementers*⁴¹, inicialmente, na cidade de São Paulo. Também neste momento, a Rede Globo saiu na frente da concorrência, sendo a primeira emissora a veicular um programa – o Jornal Nacional, criado em 1969, por uma equipe liderada pelo jornalista Armando Nogueira – com um sistema de pintura eletrônica em 3D, podendo usar pictografia em selos de reportagens, no cenário, enriquecendo visualmente as produções. Foi nesta fase que a televisão brasileira alcançou maior maturidade técnica e

⁴⁰<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortallBOPE&pub=T&comp=Grupo+IBOPE&db=caldb&docid=C7A15DC40BA26F0883256E66005E082B>
Acessado em 27/05/11.

⁴¹ Trata-se de um codificador de áudio e vídeo que é instalado na emissora ou na rede cabo, emitindo um sinal especial dentro do sinal da emissora. Na casa do espectador, com a devida autorização do mesmo, outro dispositivo é instalado, criando uma comunicação para o envio de uma série de informações, como frequência do canal, hora em que foi sintonizado/dessintonizado, hora em que a TV foi desligada, entre outros. Estas informações permitem à empresa gerar uma tabela informativa para analisar a audiência. Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/People_meter Acessado em 11/03/2010.

empresarial. Aproveitava o que já havia sido produzido e exibido com sucesso para reprisar e preencher horários antes ocupados por “enlatados” estrangeiros (Mattos, 2000, p. 138).

Em 1988, foi lançado o terceiro satélite brasileiro, com 48 canais. Neste ano, os brasileiros já utilizavam três milhões de videocassetes⁴², equipamento que viria para iniciar o processo de transformação de produção e recepção de audiovisuais, pois começava a permitir autonomia tanto para quem queria assistir à determinada programação em horários alternativos – e assim poderia gravar o que era veiculado na TV –, quanto para produtores independentes, que encontraram na nova plataforma um caminho de distribuição alternativa.

Apesar de até o início da década de 1990 o setor não ter se instalado definitivamente no país, principalmente por causa das inseguranças do nosso sistema econômico, registrou-se, neste período, um crescimento ainda maior no setor de videocassetes, o que estimulou o aumento das produtoras de televisão independentes. Também nesta fase se estabeleceram várias emissoras regionais, expandindo a regionalização e a criação de canais alternativos. É neste panorama que se registra a passagem para a fase seguinte, ainda no começo dos anos 1990.

2.1.3.5 Quinta Fase: Globalização e TV Paga (1990-2000)

Na divisão histórica da TV brasileira concebida por Mattos (2000) no período de 1990 a 2000, o Brasil insiste em se modernizar e a televisão precisa se adaptar a essas mudanças. Neste sentido, destaca o autor, a marca forte desta penúltima fase foi a organização das bases para o surgimento da TV por Assinatura – via cabo⁴³, satélite (DBS/DTH⁴⁴) ou, ainda, através do espectro

⁴² <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv80.htm> Acessado em 12/06/11.

⁴³ Tecnologia mais difundida no mundo. Transmite o sinal codificado até as residências, usando cabos coaxiais ou fibra ótica – sendo normalmente uma rede híbrida. O sinal é captado por uma antena. Se o aparelho de TV não for capaz de fazer a conversão, é necessário um

radioelétrico, por micro-ondas (UHF⁴⁵, MMDS⁴⁶ ou LMDS⁴⁷) – estruturada nos moldes americanos.

Criada nos Estados Unidos, no final dos anos 1940, a TV por assinatura visava à melhoria técnica das transmissões para regiões que apresentavam problemas de recepção do sinal dos canais abertos. A experiência, realizada, inicialmente, em Nova Iorque, era baseada na instalação de antenas em locais mais altos. O sinal era recebido por uma estação, que corrigia as distorções e o enviava por meio de cabos conectados até as residências.

A TV por assinatura ou TV fechada requer o pagamento mensal de um pacote específico de canais de televisão – escolhidos a critério do consumidor, a partir das opções de oferta da operadora – para que se receba o sinal mediante o uso de um aparelho decodificador. Este tipo de transmissão se enquadra no *narrowcasting*⁴⁸ e aponta para a segmentação das produções

conversor, além de um decodificador. São cerca de 110 canais, na frequência de 50 Mhz a 750Mhz, que podem ser multiplicados. Tem boa qualidade de imagem, sem sofrer interferências, podem ser incluídas emissoras locais e oferece um certo grau de interatividade. Mas só é viável em regiões urbanas e possui um relativo custo de instalação.

⁴⁴ Direto para casa. Transmissão via satélite – fixo, em uma órbita geoestacionária, a 36 mil km de altitude, banda Ku. O satélite recebe o sinal eletromagnético de uma estação chamada de *up-link center*. O público deve ter antena e decodificador. Aumenta a possibilidade de interatividade e o número de canais, chega a regiões com baixo povoamento, mas o custo é elevado e não inclui emissoras sem transmissão por satélite.

⁴⁵ Sigla para o termo inglês Ultra High Frequency, que significa Frequência Ultra Alta. Designa a faixa de radiofrequências de 300 MHz até 3 GHz. É uma frequência comum para propagações de sinais de televisão e de canais em HDTV (canais 14 ao 83), rádio e transceptores. No Brasil, no início dos anos 90, a faixa foi reduzida entre os canais 14 ao 69 para utilização dos canais de 70 a 83 para telefonia movel celular. Menos sujeita a interferências no sinal. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/UHF> Acessado em 17/03/2010.

⁴⁶ Multichannel Multipoint Distribution System ou sistema de distribuição de múltiplos canais para múltiplos pontos. Para transmissão são usadas frequências elevadas de micro-ondas, de 2,5Mhz a 2,7Mhz. O sinal chega ao decodificador a partir de uma antena externa (60cm), tendo sido enviado por uma antena central. Alcança até 25km. É possível haver interatividade em sistemas digitais bidirecionais. Oferece menor custo de instalação, mas dispõe de poucos canais e sofre influências climáticas.

⁴⁷ Local Multipoint Distribution System ou sistema de distribuição local para multipontos. A transmissão é em frequência muito alta, de 26Mhz a 28Mhz, em micro-ondas. São antenas pequenas que cobrem um raio de 5km. É uma evolução do MMDS.

⁴⁸ Transmissão voltada para um público definido, segmentado.

televisivas, buscando-se, de forma mais objetiva, um determinado público, a partir de suas escolhas, preferências, estilos. Na vanguarda do segmento de TV por assinatura, estava o Canal +, também conhecido como Canal Plus. Posteriormente, entrou no ar a TVA, com os canais Showtime, TNT, ESPN, Supercanal e CNN. Só cinco décadas depois de implantada nos EUA, a TVA chegou ao Brasil.

Pode parecer estranho que só em meados da década de 1990 esteja sendo implantado no Brasil o serviço de TV por Assinatura. Porém, mais estranho ainda é saber que a TV por Assinatura no Brasil, especificamente a TV a Cabo, começou a ser fazer presente há pelo menos 20 anos na história das comunicações nacionais. Durante toda a década de 70, várias foram as tentativas de se implantar no Brasil o que se chamou na época de Cabodifusão (que seria a uma contraposição ao serviço de Radiodifusão, isto é, o rádio e a TV aberta convencional), ou TV por Cabos. Interesses diversos estavam em jogo, sobretudo os políticos – centrados no Ministério das Comunicações e no Poder Legislativo – e os econômicos, de empresas de equipamentos eletrônicos até as grandes redes de rádio e TV. (RAMOS; MARTINS, 1996, p. 08).⁴⁹

O DIST – Distribuição de Sinais de Televisão – foi criado a partir de uma portaria do Ministério das Comunicações, editada em 1989. “Entretanto, as primeiras outorgas de DIST só vieram a ocorrer durante o governo Collor, que emitiu 105 autorizações. No início dos anos 90, grande parte das outorgas foi adquirida por empresários despertados para o negócio de TV por Assinatura”.⁵⁰ Ainda assim, durante muito tempo, este foi um produto acessível ao consumo de poucos.

Com a regulamentação da TV a cabo, por meio da Lei 8.977, de 06/01/1995, havia a expectativa de fragilização da hegemonia da TV aberta, uma vez que era provável a diluição da audiência. A Lei da TV a cabo (ou Lei do Cabo, como ficou conhecida) trazia ainda a promessa de democratização, pois se vislumbrava a abertura de mercado para profissionais de comunicação

⁴⁹ Disponível em: <http://vsites.unb.br/fac/publicacoes/murilo/Cap12.pdf> Acessado em: 30/04/2010.

⁵⁰ Panorama da Indústria de TV por Assinatura no Brasil, p. 14.

e a regionalização de parte da programação. No entanto, nada disso, de fato, foi posto em prática.

A modalidade de TV por assinatura passou por dois ciclos no seu processo de implantação em território brasileiro: a emergência, de 1992 a 1998, e a consolidação, que se estende até os dias atuais, “[...] marcada pelo planejamento de longo prazo, bem como por maior interação da indústria com a sociedade, universidades, centros de pesquisa e escolas técnicas, com os fabricantes e a comunidade financeira nacional e internacional”.⁵¹ No primeiro ciclo, o suporte das chamadas novas tecnologias viabilizou a evolução do *broadcasting*⁵² para *narrowcasting*. A segmentação de canais e da programação chegava aos lares brasileiros, se bem que de maneira ainda tímida e elitizada, por conta dos custos implícitos no processo. Junto com tal segmentação, vêm a TV de serviços e a ampliação dos canais regionais, rompendo com a proposta de integração nacional, herança do governo militar, que buscava favorecer a constituição das redes de TV e a unificação da programação, implementando a falsa ideia de um país que estava sob um comando que impunha ordem e normalidade.

Também marcaram esta quinta fase do percurso histórico da TV brasileira delimitado por Mattos (2000) o começo das transmissões em UHF e a inauguração da MTV⁵³ Brasil, depois de nove anos operando nos Estados Unidos. O primeiro canal segmentado do Brasil era o único a transmitir 24h, voltado para o público jovem e com intensa programação musical. Depois veio a TV Jovem Pan, com concessão outorgada pelo então presidente Fernando Collor de Mello e equipamentos de última geração. Em 1996, em São Paulo, ia ao ar em UHF o Canal 21, pioneiro no país no sentido de ser direcionado a uma região metropolitana.

⁵¹ Panorama da Indústria de TV por Assinatura no Brasil, p. 14.

⁵² Transmissão em larga escala, o mesmo produto para diversos telespectadores ao mesmo tempo.

⁵³ *Music Television*

O exemplo mais bem acabado de segmentação, em relação às TVs abertas, parece ser o alcançado pelos canais transmitidos em UHF. A MTV, dirigida para o público jovem; a Rede Mulher, com programação voltada para mulher; a Redevida, canal da Igreja Católica e que se dirige ao público formado pelos seus congregados; a Rede Gospel, outro canal religioso, dirigido à comunidade evangélica; e Shoptour, canal exclusivo de veiculação de ofertas comerciais e canal 21, pertencente à Rede Bandeirantes e com uma programação baseada em jornalismo e filmes. (BORELLI; PRIOLLI, 2000, p. 103).

Dados de dezembro de 2009 apontam para um número total de mais de 7,4 milhões de assinantes no país, em um mercado composto por seis principais operadoras (Net Serviços, Sky/Direct, Telefônica, Embratel, Oi e Abril), além de outros grupos econômicos de menor porte⁵⁴. Segundo o Portal Imprensa, até março de 2010, o crescimento do setor já atingia a casa dos 3,9%.

O maior percentual de alta foi registrado nos serviços via satélite, de 5,7% para um total de 3,05 milhões de assinantes (39,1% do total). As assinaturas a cabo aumentaram 0,7%, para 4,463 milhões (56,5% do total). A parte restante, de 4,4%, pertence a assinantes do serviço de micro-ondas. (PORTAL IMPRENSA, 27/04/2010)⁵⁵

Estes dados mostram que a TV por assinatura é um mercado em expansão, mas que ainda atinge uma pequena camada da população brasileira. Muito mais que por entraves tecnológicos, os altos preços das assinaturas mensais cobrados pelas empresas que exploram o setor impedem o acesso a este tipo de programação.

No que concerne à televisão aberta, em 1989, os grupos Sílvio Santos e Paulo Machado de Carvalho vendiam a TV Record para a Igreja Universal do Reino de Deus, do Bispo Edir Macedo⁵⁶. Cinco anos depois, a Rede Record

⁵⁴ AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES – ANATEL. Panorama dos Serviços de TV por Assinatura, 2009, p. 18.

⁵⁵ Disponível em: http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/04/27/imprensa35238.shtml Acessado em 02/05/10.

⁵⁶ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv80.htm> Acessado em 07/06/11

passou a ser propriedade do bispo (90% do capital) e de sua esposa, Ester Eunice Rangel Bezerra (10% do capital). Em 1992, a Rede Cultura passou a dispor de nova antena retransmissora, com maior potência, permitindo um aumento da audiência. A Redevid, Canal 40, de São Paulo, conseguiu firmar contrato de outorga. Em 1993, a Rede OM foi rebatizada com o nome de CNT, Central Nacional de Televisão, usando a TV Gazeta para as transmissões em São Paulo, pois não podiam ser outorgadas concessões de canais abertos na cidade. Em 1994, quando entrou no ar a Rede Mulher, havia 1,24 bilhões de aparelhos de TV no mundo⁵⁷.

Em 1996, aqui no Brasil, o SBT inaugurava o Complexo Anhaguera, um investimento de 120 milhões de reais com construção e equipamentos (MATTOS, 2000, P. 142). São 231 mil metros quadrados, com 85 mil metros quadrados de área construída, comportando oito estúdios com estrutura técnica independente (Linha de shows, com três estúdios; Jornalismo, 1 estúdio; Novelas, 3 estúdios; Esportes, 1 estúdio). No ano anterior, a Globo havia inaugurado, no Rio de Janeiro, a nova Central Globo de Produções, o PROJAC (Projeto Jacarepaguá), com 1.300.000 m² e 120 mil metros quadrados de área construída, quatro estúdios com mil metros quadrados cada, fábricas de figurinos e cenários, cidades cenográficas, centros de pós-produção, fora instalações para administração e apoio à produção⁵⁸.

Frente a esta corrida pelo mercado, a Rede Record investiu 20 milhões em equipamentos e intensificou a busca por uma sede melhor. No ano seguinte, trocou todos os veículos e todos os departamentos foram informatizados. Em 1998, dedicou-se ainda mais à técnica e à programação, construindo novos estúdios. Além disso, a emissora adquiriu transmissores mais potentes – deixando de lado os antigos de 30KW para alcançar 60 KW –, uma unidade móvel (toda digital, um caminhão com quatro câmeras, três VTs com *slow motion*, um *switcher*, dois geradores de energia), *Silicon Graphics*, câmeras digitais, equipamentos de som e iluminação. Também foram

⁵⁷ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv90.htm> Acessado em 07/06/11.

⁵⁸ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv90.htm> Acessado em 07/06/11.

comprados um helicóptero, batizado de Asa Dourada, para sobrevoar São Paulo e um carro para UP link, para fechar *links* direto de satélite de qualquer lugar, por meio de parabólica instalada no veículo. Isso dispensa conexões com Embratel ou qualquer outra empresa de telecomunicações⁵⁹.

Em 1997, a Rede Bandeirantes inaugurou uma nova torre de transmissão, em São Paulo.

Dos 212 metros que possui, 42 m destinam-se às antenas, que abrigam os transmissores dos canais 13, 21 e da Band FM. Está instalada no ponto mais alto da cidade, com dois elevadores panorâmicos. A torre circunda um edifício de 8 andares que consumiu dois mil metros cúbicos de cimento. Na mesma torre há espaço para a instalação de *'trucking'* para telefonia celular, antenas parabólicas e *links* para transmissão de externas; o sistema de antenas para FM pode comportar até 5 emissoras.⁶⁰

Como conseqüência dos esforços e investimentos realizados, a Band alcançou a segunda posição no *ranking* das emissoras em rede física, em número de emissoras, com 11 próprias e 68 afiliadas. O cenário era também promissor para o Brasil que, desde o ano anterior, ocupava a 6ª posição como produtor mundial de aparelhos de TV, com uma produção de 7,5 milhões. Era o terceiro maior consumidor, perdendo somente para EUA e Japão⁶¹.

A Rede Manchete concentrou esforços financeiros, em uma tentativa de recuperação. Até contratou novos profissionais. Apesar do empenho, em 1999, a crise havia chegado a um patamar irreversível, forçando a venda da empresa para o Grupo TeleTV, por 608 milhões de dólares. Nascia ali a RedeTV!, oficialmente, em 15 de novembro⁶².

⁵⁹ Disponível em: <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv90.htm> Acessado em 29/12/2009.

⁶⁰ Disponível em: <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/> Acessado em 08/01/2010.

⁶¹ <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv90.htm> Acessado em 29/12/2009.

⁶² <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv90.htm> Acessado em 29/12/2009.

Foi nesta década, que marca a quinta fase do percurso histórico da TV brasileira, que os Estados Unidos iniciaram as pesquisas em direção à digitalização da transmissão e recepção televisivas. Em 1991, foram iniciados, neste país, os testes da TV de alta definição (HDTV), com padrão digital, 1050 linhas. Em 1994, foram realizadas, ainda em caráter experimental, as primeiras transmissões digitais usando o sistema DirecTV.

Dessa forma, no Brasil, a migração do sistema analógico para o digital nos processos de produção de audiovisuais começou a ser implementada nas produções para televisão, antes mesmo que representantes do governo e da área de TV realizassem qualquer debate para decidir sobre um padrão norteador para a digitalização das transmissões televisivas no país. Muitos programas das TVs abertas, paulatinamente, já vinham sendo desenvolvidos a partir do aporte de equipamentos digitais, o mesmo acontecendo também com a programação das TVs pagas.

2.1.3.6 Sexta Fase: A Convergência (2000 - ...)

O começo da sexta fase tem como base a aproximação do ano 2000. A televisão da virada para um novo milênio é a TV que conhecemos na contemporaneidade, pautada pela convergência, pela digitalização.

Com a era digital, o tamanho dos equipamentos é drasticamente reduzido, e, em alguns casos, miniaturizado. O consumo de energia também diminui radicalmente e a confiabilidade operacional cresce. Não há mais perda de qualidade nas transmissões e recepção de imagens e na geração de cópias múltiplas de videotape. A digitalização permite compressão de imagens, criando múltiplas opções para envio e transporte de sinais. Além das transmissões pelo ar, por satélite, microondas, cabo e fibra ótica, os sinais digitais podem trafegar pelos fios comuns de telefonia e também pelo sistema sem fio da rede de telefones celulares. A fusão dessas tecnologias é inevitável, e a interligação delas com a televisão conclui o processo de integração com a Internet. (VIZEU, 2000, p. 17).

A convergência entre as diferentes tecnologias e a televisão é um assunto que será discutido mais adiante, ainda neste capítulo, como tema dos dois próximos itens, uma vez que a fase televisiva em que vivemos inaugura uma condição de interesse fundamental para esta pesquisa, que é a constituição da TV Digital e da TV na *web*. Por isso, torna-se muito importante chamar a atenção, desde já, para a transformação pela qual passa este meio de comunicação, em razão, primeiro, da digitalização dos processos de produção e, posteriormente, dos mecanismos de veiculação.

Embora o advento das transmissões via satélite tenha marcado a história do veículo – foi a partir daí que a TV pôde atingir um público infinitamente maior, rompendo barreiras, melhorando a qualidade do sinal –, como lembram Brannand e Lemos (2007), a evolução das técnicas de codificação digital de áudio e vídeo, associada aos novos esquemas de modulação para transmissões digitais, viabilizou o aparecimento da TV digital e, com ela, uma vasta gama de novos serviços, agregando capacidade computacional à televisão.

A possibilidade de encapsulamento de dados para a difusão em conjunto com áudio/vídeo de TV abre um leque de diversas alternativas para a provisão de serviços avançados. As emissoras poderão não somente disponibilizar uma programação de alta qualidade de imagem e som, mas também a tornar mais atraente, permitindo aos usuários interagirem com os programas que estão sendo assistidos. (BRANNAND; LEMOS, 2007, p. 7)

Dessa forma, o desenvolvimento da televisão caminha de acordo com tendências que a colocam cada vez mais próximas do telespectador⁶³. A aproximação da internet agrega à televisão os benefícios da portabilidade, da

⁶³ Assim como se discute o emprego de um termo adequado para designar aquele que acessa à internet – transitando, configurando e re-significando os conteúdos da *web* –, pondo na berlinda denominações como “usuário”, questiono aqui se hoje ainda é cabível o uso da palavra “telespectador”. Se espectador é aquele que observa, assiste a, testemunha, diante dos novos posicionamentos cada vez menos estáticos em plataformas variadas e que permitem a participação do público, entendo que neste sentido também, precisamos repensar a denominação adequada para este segmento.

mobilidade, atuando como complemento à TV tradicional, a TV aberta, que faz uma grade voltada pra maioria da população, uma média de sujeitos desconhecidos das empresas produtoras de conteúdo.

As novas tecnologias disponíveis oferecem à televisão o artifício da customização, em que os conteúdos disponíveis podem sofrer rearranjos, permitindo montar uma programação própria para cada indivíduo, a partir das ofertas variadas de cada canal, podendo ser assistida no horário e no lugar que forem mais convenientes. A promessa da TV portátil é oferecer uma programação nos moldes 24/7, ou seja, vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana. Assim, altera-se também a forma como se consome audiovisual. De fato, já se constata que os novos usos da TV aliados a uma maior possibilidade de interatividade estão gerando outra forma de ver a televisão (BRANNAND; LEMOS, 2007, p. 8).

No celular ou no computador, os modos emergentes de se perceber a programação televisiva modificaram, inclusive, o que se convencionou chamar de horário nobre, isto é, período do dia em que a TV atinge sua maior audiência. Enquanto na TV aberta este pico de audiência ocorre à noite – quando os diversos programas são assistidos pelo telespectador em casa, com a família –, na TV móvel a maior audiência é durante o dia, pela manhã e à tarde, quando se está no intervalo do trabalho, no trânsito, em uma sala de espera. Mobilidade e portabilidade permitem, por exemplo, que o telespectador dribla a falta de tempo, fruto, principalmente, das dificuldades logísticas das grandes cidades, e desfrute de um maior tempo diante da TV.

Se tantas inovações parecem bastante atraentes para quem assiste aos programas de TV, pode-se afirmar que estas novidades são muito mais encantadoras para o mercado industrial, que enxergou nesse panorama um filão perfeito para investimentos. Para quem consome audiovisual, estes desdobramentos pelos quais a televisão passa trouxeram o protagonismo televisivo, que permite ao telespectador uma postura mais participativa. Uma espécie de vilã entre as mídias, a TV sempre teve destacado o seu caráter centralizador voltado para milhões de telespectadores, sem abertura para a

interatividade. “Mas, por meio do protocolo IP⁶⁴ a promessa de interatividade se realiza de maneira muito mais contundente.” (BRANNAND; LEMOS, 2007, p. 7)

As tecnologias digitais trazem a possibilidade de o telespectador sair do seu papel estático diante da tela e interagir, não só comprando mercadorias por meio de escolhas a partir do controle remoto – como espera a indústria –, mas emitindo sua opinião sobre o que assiste, sugerindo e, principalmente, encontrando vias alternativas, produzindo materiais que sejam do seu interesse e que jamais seriam veiculados em um meio de comunicação tradicional.

Contudo, apesar de compreender a crescente necessidade que os indivíduos têm de redirecionar os fluxos comunicacionais, não acredito na sobreposição de uma forma televisiva a outra, mas, sim, no aprimoramento contínuo deste meio de comunicação. Não é o fim da TV aberta, nem da segmentação da TV por assinatura. Surgem novas formas de expressão para o que entendemos ser tevê, permitindo a reconfiguração de uma mídia levando em consideração o sujeito receptor.

Mas que meio é esse que para sua criação reuniu esforços e experimentos de diversos pesquisadores de vários países, se estabeleceu no cenário internacional, conquistou facilmente o gosto popular e se transforma incessantemente? É sobre os mecanismos de evolução da TV e sua instituição como veículo de massa que tratarei a seguir.

2.1.4 Elementos em torno da evolução da TV

A televisão que nos habituamos a ver, que acompanhou o crescimento da nossa geração, que criou modas, ditou comportamentos e enfrentou tabus é a tevê da centralidade, do discurso unilateral. Sob variados aspectos, impôs

⁶⁴ Para que haja comunicação entre computadores, é preciso que se siga uma série de normas (protocolos). O Protocolo IP (Internet Protocol) é um deles. Disponível em: <http://www.interney.net/?p=9755323> Acessado em 08/06/11.

sua preponderância. Matuck (1995) ressalta que, além de alterar o espaço doméstico, uma vez que o aparelho passou a ocupar um lugar central e de destaque na sala de estar – e, hoje em dia, isolando indivíduos em cômodos da casa (sala, quarto, cozinha) em que possa desfrutar da sua programação de interesse –, a TV acabou por abolir a intimidade no ambiente doméstico, atraindo a atenção de cada um, reduzindo a conversação e o intercâmbio. Familiares e amigos se reúnem sim, mas em frente à telinha, para ouvir atentamente o que é dito por ela.

A televisão traz consigo a marca de algumas características técnicas que compõem a sua essência e que a distinguem como o meio que vem se constituindo ao longo dos anos. Neste sentido, alguns elementos tecnológicos foram fundamentais para a evolução da TV: o advento das transmissões em cores, o surgimento do controle remoto, a criação do videoteipe (e, posteriormente, do videocassete), as transmissões via satélite e a formação de redes. Sem dúvida, além desses, outras séries de dispositivos podem ser apresentadas como fundamentais ao longo do desenvolvimento da TV.

A seleção destes elementos e dispositivos tecnológicos tem como referência a análise aqui realizada para mostrar como se deu o desenvolvimento da televisão. Mesmo dentro de um modelo transmissor, tradicional, massificador, é possível perceber a evolução técnica e cultural promovida pela TV.

2.1.4.1 O Advento das Transmissões em Cores

“– O que é isso, senhor Sarnoff? Que bruxaria é essa? Não pense que só porque venho de um país atrasado o senhor vai me vender equipamento obsoleto, senhor Sarnoff!” (MORAIS, 1996, p. 497)

De acordo com Moraes, foi com este espanto que, em meados de 1949, Assis Chateaubriand reagiu ao assistir a uma exibição experimental em cores para um grupo seletivo promovida por David Sarnoff, na ocasião em que visitara

os Estados Unidos para fechar a compra dos aparelhos que usaria na montagem da TV Tupi. Ainda segundo o autor, Chateaubriand, aos berros, rasgou os contratos que seriam assinados, insistindo em trazer para o Brasil um sistema mais moderno que possibilitasse as transmissões em cores. O empresário brasileiro custou a entender que a “bruxaria” a qual acabava de ter sido apresentado era resultados de experimentos ainda em andamento e que, mesmo nos EUA, as transmissões televisivas em cores com regularidade só se iniciariam 16 anos mais tarde, em 1966.

No Brasil, claro, a TV colorida custaria mais um pouco para chegar. Principalmente porque os EUA e a maioria dos países das Américas haviam adotado o sistema NTSC como padrão para transmissão em cores e o Brasil optou pelo formato PAL-M⁶⁵, incompatível com o NTSC e que necessitava de televisores com tecnologia específica para receber o sinal de TV em cores. Desta forma, o sistema PAL-M gerou desinteresse do mercado brasileiro na importação de aparelhos receptores. Foi por isso que grande parte dos 25 milhões de telespectadores que aguardava ansiosamente para assistir à Copa de 1970, infelizmente, não pode ver, naquela ocasião, as cores do uniforme da seleção brasileira usado por Pelé e Garrincha.

A transmissão da Copa do Mundo de 1970 foi gerada do México no sistema NTSC (National Television System Committee). No Brasil o sinal chegou na Embratel nesse sistema e ela monitorava em cores, montando até um auditório para uma seleta plateia. A TV Cultura de São Paulo possuía um videoteipe no sistema NTSC e pôde gravar as imagens em cores. Como não havia aparelhos, tanto para transmissão quanto para recepção, o público assistiu em preto e branco.⁶⁶

De 1971 a 1973, a Rede Globo se preparou para a transmissão em cores. Passou por adaptação de equipamentos e treinamento dos profissionais. “Foi mesmo uma imposição militar que resultou no envolvimento da Globo neste processo.” (CRUZ, 2008, p. 36). Isso porque as emissoras enfrentavam

⁶⁵ PAL é a abreviatura do inglês *Phase Alternating Line* (Linha de Fase Alternante). É o formato mais comum na Europa. O PAL-M é uma variação, criada para fazer face à corrente usada no Brasil, de 60 Hz.

⁶⁶ Disponível em: <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/historbr.htm#>. Acessado em 10/03/2010.

custos altos na transição para a transmissão em cores, e consideravam que não era interessante tamanho investimento mesmo quando, finalmente, os lucros começavam a surgir.

Em 19 de fevereiro de 1972, com imagens geradas pela TV Difusora, ocorreu a primeira transmissão em cores via Embratel. Foi a cobertura da festa da Uva, de Caxias, no Rio Grande do Sul. Na empreitada, houve a colaboração do caminhão de externas e de técnicos da TV Rio, com apoio da TV Gaúcha, TV Piratini e TV Caxias. Como estava à frente da organização, a “Rede Globo é a grande atração do evento”.⁶⁷

A cobertura da Festa da Uva foi uma exigência do ministro das Comunicações, Hygino Corsetti, gaúcho de Caxias do Sul. Antes, já haviam sido feitas transmissões experimentais em cores. Durante a Copa do Mundo de 1970, eram transmitidos boletins em cores do México para o Brasil. Ainda na década anterior, a Tupi havia realizado alguns testes, transmitindo o seriado *Bonanza* em cores, no padrão NTSC, adotado pelos Estados Unidos e Japão. A própria Globo importou três câmeras coloridas em 1970, para transmitir o Festival Internacional da Canção (FIC), via satélite, para o Exterior. (CRUZ, 2008, p. 36).

Mas foi a Bandeirantes que, em 1972, se tornou a primeira TV no país a levar ao ar uma programação em cores. O Teatro Bandeirantes foi inaugurado, já com transmissão totalmente em cores, por Chico Buarque, Elis Regina, Tim Maia e Rita Lee. O receio de perder audiência fez com que a Globo, logo depois, passasse a transmitir oito, das dezesseis horas de programação diária, em cores.

O Jornal Nacional iniciou a realização de reportagens em filme colorido em 1973. A equipe teve que descobrir no dia a dia como lidar com as novas condições técnicas.

No início, foi árduo aprender a trabalhar com cor, pois muitos eram os problemas técnicos a enfrentar. Um deles foi o uso do *chromakey*. No *Jornal Nacional*, várias vezes o azul do *chroma* passou para os cabelos grisalhos do apresentador Cid Moreira. Para tentar solucionar

⁶⁷ Fonte: <http://www.tudosobretv.com.br/> Acessado em 29/12/2009.

dificuldades desse tipo, a empresa Colortran fez uma série de seminários para os técnicos e iluminadores da TV Globo. Foi sugerido que se mudasse o tom de azul do *chroma* e que os apresentadores não usassem camisas brancas e ternos de cores que pudessem se misturar com o azul. Como Cid Moreira estava normalmente queimado de sol – pois jogava tênis com frequência –, teve que passar a usar roupas em tom pastel, para compensar a luz e permitir uma iluminação equilibrada.⁶⁸

Régis Cardoso, diretor de *O Bem Amado*, primeira novela colorida brasileira, compartilha das dificuldades iniciais: “[...] eu não tinha a mínima noção do que era fazer TV em cores. [...] Desconhecia, por exemplo, que havia necessidade de dar uma luz especial ao escuro. [...] Ah, nós fomos cobaias desse processo” (SILVA JÚNIOR, 2001, p. 303-304). Em meio ao saudosismo, Cardoso orgulha-se de ter acompanhado tão de perto a evolução da TV e os avanços técnicos que foram implementados ao longo do tempo.

Foi preciso quase uma década para a nova tecnologia da tevê em cores se tornar acessível à população. Até o final dos anos 1970, antes, portanto, de o uso de cores nas transmissões televisivas começar a se popularizar, era comum se ter em casa uma telinha plástica transparente, vendida em tons variados, que era usada para cobrir a tela da TV em branco e preto. Em uma tentativa de aproximar o que assistia das tonalidades da vida real, telespectadores acabavam por acompanhar programas completos em variações de azul, ou amarelo, ou vermelho.

O fato de finalmente poder ver paisagens e pessoas bem próximas do real provocou fascínio nas pessoas. Parece ter servido para intensificar a preponderância da televisão sobre o público. Talvez tenha sido a indústria da moda que mais tirou proveito da novidade. Afinal, qual seria a graça ver em preto e branco as roupas de cetim e meias soquetes de lurex usadas por Júlia, personagem da atriz Sônia Braga, na novela *Dacin’Days*?

E não foram só as meias que viraram febre entre as mulheres daquela geração. Ainda hoje a TV dita moda, seja por meio de telenovelas ou de

⁶⁸ Fonte: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-239077,00.html>
Acessado em 13/04/2010.

apresentadores de telejornais e programas. Corte e cor de cabelos, estilos de roupas, óculos... Enfim! A cor se torna, assim, um elemento evolutivo no desenvolvimento da televisão, por, de fato, interferir nas relações das pessoas.

2.1.4.2 O Surgimento do Controle Remoto

O primeiro equipamento voltado para um comando a distância de uma máquina foi criado pela empresa Zenith Radio Corporation, em 1950, e trazia o inconveniente de ser ligado ao aparelho de TV por meio de um fio. Cinco anos depois, a mesma empresa criou um dispositivo *wireless*, que era acionado por meio de uma fotocélula. “O problema é que a fotocélula não sabia distinguir a luz proveniente do controle remoto [...] da luz proveniente de qualquer outro foco da casa. Sem contar que acertar a fotocélula pedia uma boa pontaria do usuário”.⁶⁹ Além disso, o instrumento *wireless* dispunha de apenas um comando. Estes inconvenientes dificultavam o uso do acessório e acabavam por deixar o público desinteressado.

A revolução mesmo foi operada por Robert Adler, doutor em Física pela Universidade de Vienna. Foi ele que ficou conhecido como o pai do controle remoto, por criar, em 1956, um instrumento que emitia ondas de ultrassom. O dispositivo como conhecemos hoje data de 1977 e é um aprimoramento do trabalho de Adler, em decorrência das novas necessidades do mercado. Sem dúvida, a criação de Adler foi um marco na história da televisão.

Para mim, parecia muito lógico. Se você quer desligar a luz em sua sala, você não tem de subir em uma escada e tirar a lâmpada do bocal. Você tem um botão na parede que faz essa função. Parecia óbvio que as pessoas pudessem mudar de canal e de volume de onde elas

⁶⁹ Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Controlo_remoto Acessado em 03/05/10.

normalmente assistem TV, ao invés de ter de se levantar. (Robert Adler em entrevista ao Jornal Folha de São Paulo).⁷⁰ (ADLER, 2002)

A possibilidade de o telespectador, mesmo a distância, efetuar a troca de canais impulsionou não só a compra de televisores no mundo inteiro, mas também revolucionou a forma como se assistia à televisão. Esta mudança de comportamento do receptor gerou o que foi denominado de efeito *zapping*⁷¹, levando à constante troca de canal por conta da facilidade que se encontrava a partir dali.

Da mesma forma que pensar diante de uma máquina de escrever é diferente de pensar diante de um processador de texto de um computador, tanto pelas particularidades da materialidade quanto pelo cenário cognitivo, a inserção do Controle Remoto também transformou a forma das pessoas verem TV quando empunham o controle e podem ter escolhas à mão. (NATÁRIO; WAJNMAN, 2006, p.15).

Criava-se, assim, um novo modo de consumir audiovisual. As empresas de TV, por sua vez, ganharam um forte concorrente: a tecla da emissora rival. Desta forma, todas elas precisavam ter programas diversificados e de alta qualidade para atrair telespectadores e, claro, anunciantes. E a disputa ficou tão acirrada que, para não perder a audiência na transição de um programa para outro, passou-se a suprimir o intervalo comercial⁷² antes do novo programa. O Jornal Nacional, por exemplo, chegou a criar após a escalada⁷³ um rápido – e, com certeza, bem caro – intervalo de um minuto. Tempo suficiente para o telespectador assistir a um anúncio sem perder a curiosidade de conferir as notícias anunciadas.

O mercado publicitário também sofreu os reflexos desta mudança de comportamento do telespectador operada pelo controle remoto e precisou

⁷⁰ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u68583.shtml> Acessado em: 03/05/10.

⁷¹ Termo usado para denominar o novo hábito adquirido pelo telespectador/zapeador, possibilitado pelo advento do controle remoto, de trocar constantemente de canal, zapeando.

⁷² Em 1961, no Brasil, o intervalo comercial foi fixado em três minutos, em uma tentativa de organizar uma grade de programação.

⁷³ Anúncio inicial das principais notícias da edição.

buscar artifícios para reagir ao quadro que se impunha. Foi então que criou alternativas de *marketing*, como o *merchandising*⁷⁴.

Com o passar dos anos, os zapeadores tendem a aumentar de proporção e a se requalificar, não mais havendo necessariamente uma disparada pela presença dos comerciais, ainda que esse dado permaneça significativo. Mas, agora, o público também circula a partir do interior dos próprios programas, saltando de um a outro, conforme deixe de lhe interessar, desagradem-no diretamente ou deixem de atrair sua atenção. (Borelli; Priolli, 2000, p. 153)

Borelli e Priolli (2000 p. 153) acrescentam que o aumento do número de zapeadores aponta para um reforço à preferência destes indivíduos por um conhecimento fracionado e diverso, como em um mosaico de informações, vindas dos diversos gêneros televisivos, pinçados nos vários canais por onde se passa, “[...] evidenciando uma prática de audiência mais seletiva e volátil”. Sendo assim, assistir a um programa televisivo deixa de significar estar preso à programação de um canal ou limitado pelo esforço de ir até o televisor.

Em meados da década de 1990, o controle remoto era uma espécie de vedete, responsável direto pelo grande crescimento na vendagem de aparelhos de televisão. Borelli e Priolli (2000, p. 151) destacam que entre “1993 a 1996, a venda de televisores com controle remoto ampliou-se de 31 para 53%. Nesse período, as classes mais pobres compraram 158% mais aparelhos de TV com controle remoto.” Por conta desse aumento significativo nas vendas, os fabricantes passaram a incorporar o controle também aos modelos mais populares. A Philips, desde 1993, passou a fabricar todos os seus modelos com o controle remoto – iniciativa logo seguida pelo restante da indústria.

Na segunda metade da década de 90, já se somava quase 90% dos telespectadores assistindo à TV com o novo dispositivo em mãos. Se isso, por

⁷⁴ Comercial de produtos dentro de programas, como parte da trama de novelas ou oferecidos por apresentadores, por exemplo.

um lado, inquietava algumas redes de televisão, por outro lado, era o momento de triunfo de outras redes. As que dominavam o mercado notavam a queda na audiência – e, conseqüentemente, a perda de recursos; já as emissoras de menor porte comemoravam por serem descobertas graças ao *zapping* (Borelli; Priolli, 2000).

O controle remoto, um dispositivo aparentemente simples, aliado a uma profusão de imagens, permitiu o avanço da interatividade entre o público e a televisão nas últimas décadas. E à frente deste movimento não estavam as grandes corporações e suas negociações de mercado. Ao contrário, este desenvolvimento tecnológico ocorreu graças aos usuários comuns.

De acordo com Sarlo (2004, p. 57), o controle remoto é uma “moviola caseira de resultados imprevisíveis e instantâneos, uma base de poder simbólico que é exercido segundo leis que a televisão ensinou a seus espectadores”. Segundo a autora, a primeira dessas leis propõe a produção da maior quantidade de imagem de alto impacto e baixa quantidade de informação (ou alta, mas indiferenciada) em uma menor unidade de tempo; a segunda trata da impossibilidade de a retroleitura extrair todas as conseqüências do fato, uma vez que a velocidade do meio é maior que a nossa capacidade de reter conteúdo; a terceira lei se refere à desnecessidade de pausa e retenção temporária do fluxo de imagens; e a quarta fala da montagem ideal, com planos breves e imagens diferentes.

O domínio dessas leis leva o indivíduo que assiste à TV a se comportar como um zapeador, aquele que, avesso a comerciais, aproveita os intervalos para matar a curiosidade, verificando as programações dos outros canais. Busca, então, fruir o maior número de imagens possível no breve espaço de tempo que dispõe – ainda que apreenda apenas parte do que vê e ouve, montando um percurso único, particular, do seu trânsito pelo veículo televisivo. Em um momento inicial, foram os jovens que se adaptaram mais rapidamente a esta novidade trazida pelo controle remoto. Não foi à toa que a MTV, implantada no Brasil em 1990, com uma programação voltada para a juventude, foi uma das primeiras emissoras a se adequar ao padrão da

fragmentação, da informação ágil e multifacetada. Porém o *zapping* logo ganhou espaço entre outros públicos e se tornou uma prática cultural. Zapear, agora, faz parte da rotina daquele que está diante da TV, uma vez que “[...] indivíduos, diante da oferta de vários meios de comunicação (rádio, televisão, computador) circulam por eles ao longo do dia, por vezes acessando-os simultaneamente” (Borelli; Priolli, 2000, p. 153-154).

Sem o controle remoto, certamente, hoje ninguém assistiria mais à televisão. O encanto pela imagem foi alterado pelo artifício da velocidade. A liberdade do espectador é exercida com rapidez, com a ânsia de quem tem pressa, quer mais e não tem tempo.

Sarlo (2004, p. 60) afirma que o *zapping* é o novo, embora chame a atenção para o fato de que esta novidade exacerba algo que já era inerente à televisão comercial, uma vez que “[...] no núcleo discursivo televisivo sempre existiu o *zapping*, como modo de produção de imagens encadeadas tirando partido da presença de mais de uma câmera no estúdio”. No *switcher*⁷⁵, o diretor de TV determina os enquadramentos e os momentos de mudança de uma câmera para outra, selecionando o que é exibido. O telespectador aprendeu a importância dos cortes de imagem na composição de uma sequência⁷⁶, assimilou as leis de um veículo de comunicação do qual acompanhou o desenvolvimento e aprendeu a tirar proveito disso.

Neste sentido, o controle remoto se apresenta muito mais eficiente e poderoso que um *switcher*. As imagens vêm de uma profusão de supostas câmeras (os canais disponíveis) e quem controla a montagem é o próprio sujeito, de dentro da sua casa. “O *zapping* demonstra que a montagem caseira conhece uma única autoridade: o desejo à frente da mão que faz pulsar o controle remoto” (SARLO, 2004, p. 59). O telespectador devolve à televisão a cultura que ela própria implantou. Mudar de canal é mais que romper com o

⁷⁵ Em uma emissora de TV, nome dado à mesa de corte que recebe as imagens das diversas câmeras em uso e permite a escolha da imagem que vai ao ar.

⁷⁶ Uma série de tomadas (cenas) ligadas por continuidade. Disponível em <http://www.roteirodecinema.com.br/manuais/vocabulario.htm> Acessado em 15/06/11.

silêncio, com a lentidão de um único programa. O sujeito, que já apreendeu os recursos da linguagem televisiva, vai em busca da sua própria montagem, imprimindo no que assiste o ritmo que lhe interessa.

2.1.4.3 A Criação do Videoteipe

Enquanto o controle remoto primeiro alterou a recepção e, só posteriormente, transformou os modos de produção televisivos, ainda em 1957 são iniciados os primeiros experimentos com um equipamento que viria revolucionar imediatamente a forma de se fazer televisão. “Verdadeiro bálsamo tecnológico para um setor acostumado à improvisação irremediável das transmissões ao vivo, o VT pode ser considerado a etapa decisiva para a conquista de um padrão de qualidade audiovisual” (ALMEIDA, 1988, p. 37).

O advento do videoteipe (VT)⁷⁷ no Brasil, por volta de 1960, pôs fim aos improvisos e contratempos até então bastantes corriqueiros nas transmissões televisivas dos anúncios publicitários ao vivo – como aquele caso do prato dito inquebrável que se espatifou ao ser jogado no chão por uma garota propaganda, no intuito de comprovar a resistência do produto (FILHO, 2001, p. 19). Além disso, o VT, quando passou a ser usado regularmente, em 1962, contribuiu para a melhoria da qualidade das produções, permitindo avanços no processo de pós-produção e possibilitando, inclusive, o envio desses materiais para outras praças e sua exibição simultânea. Dessa forma, as emissoras do Rio e de São Paulo passaram a gravar seus programas e vendê-los para outras emissoras, distantes destes centros urbanos.

Tal possibilidade de compra de programas previamente gravados permitida pelo videoteipe driblava temporariamente os custos de instalação de novos transmissores nas outras emissoras. Este equipamento permitiu também que as telenovelas, agora com seus capítulos gravados com antecedência,

⁷⁷ Do inglês *videotape*; fita magnética que permitiu a gravação de imagens e sons para posterior exibição/transmissão.

passassem a ser exibidas diariamente e com menos falhas. O processo foi gradual, contudo a adoção do VT em escala comercial, além de lucrativo para as emissoras e anunciantes, trouxe mudanças tanto para o telespectador, como para os criadores dos programas, pois alterou completamente o perfil não só das telenovelas, mas dos programas de uma forma geral.

O videoteipe vai facilitar – e tornar rentável comercialmente – a realização das novelas diárias, shows, transmissão de jogos de futebol gravados no eixo São Paulo-Rio, que poderão ser exibidos em várias praças, iniciando um processo de massificação. De início, os programas são gravados e embarcados de avião para todas as regiões do país, trazendo como uma das conseqüências a fragilização das produções locais e o conseqüente fortalecimento das emissoras paulistas e cariocas. (SIMÕES, 2004, P. 21).

O VT trouxe liberdade para o potencial criativo de diretores, autores e atores televisivos, afastando o fantasma dos riscos com problemas técnicos e permitindo, assim, que pensassem na composição de uma linguagem televisiva

[...] com os cortes de edição, a velocidade, um novo ritmo e até a possibilidade de situações inusitadas (Chico Anysio foi um dos primeiros a se aproveitar dos novos recursos, deixando muito telespectador embasbacado ao vê-lo contracenando consigo mesmo). (SIMÕES, 2004, P. 21).

No entanto, a nova linguagem possibilitada pelo videoteipe implicava em mais trabalho, empenho e dedicação por parte destes profissionais que, a partir do uso deste equipamento, se sentiam instigados pela busca de cenas perfeitas. Foi essa intensa procura pela perfeição que provocou, certa vez, o desabafo do humorista Zé Trindade, após 16 horas de gravação: “Se me aparecesse aqui o inventor desse tal de videoteipe, dava-lhe um tiro na testa”.⁷⁸ De fato, o VT

⁷⁸ Fonte: <http://www.almanaquebrasil.com.br/especiais/ela-veio-para-subverter/> Acessado em 04/05/10.

[...] marca a passagem da “era da espontaneidade” da comunicação para uma fase mais técnica e elaborada, mas, sem dúvida, mais solene e impessoal. Modernizar significava também melhorar a qualidade de produção, modificando sua linguagem. (MIRA, [19-], 41).

Inicialmente o VT era usado apenas na dramaturgia e em outros programas de entretenimento. O jornalismo, por sua vez, continuaria, por algum tempo ainda, a usar o filme de 16 mm, das produções cinematográficas, pois não havia equipamentos desta natureza com dimensões mais compactas que atendessem à agilidade necessária ao repórter cinematográfico durante a realização de reportagens de rua. A Sony, multinacional japonesa do setor de eletrônicos, em 1970, criou o U-Matic – um formato de fita com bitola reduzida em relação a que vinha sendo fabricada e um sistema de gravação mais rápido, apesar de qualidade de imagem um pouco inferior. Em 1974⁷⁹, o novo videoteipe ganhou escala comercial. Mas, no Brasil, foi em 1976 a inauguração do Eletronic News Gathering (ENG), unidades portáteis de VT para a realização de reportagens. “O equipamento eletrônico permitia ao cinegrafista constatar na hora, olhando no monitor, se havia cometido algum erro e, assim, lhe dava tempo e recursos para refazer uma tomada ou, se necessário, gravar tudo novamente.”⁸⁰

Em uma reflexão sobre os 50 anos de TV no Brasil, a jornalista Leila Cordeiro recorda como bastante “rudimentar e quase sem recursos humanos e tecnológicos” seu início de carreira, quando foi contratada pela TV Aratu, antes mesmo de concluir o curso de Jornalismo.

Naquela época [1979], o VT ainda não havia chegado ao jornalismo da Bahia e as equipes trabalhavam com as velhas máquinas de filmar. Na minha equipe, além de mim, saíam um cinegrafista e um assistente, com direito a usar a medida padrão de 400 pés de filme (equivalente a dez minutos de gravação numa fita de VT) e equipamento era uma 13 CP, uma máquina preta, grande e pesada. Foi uma experiência quase

⁷⁹http://www.acasadoator.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=113&Itemid=68 Acessado em 17/06/11.

⁸⁰ Fonte: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-239077,00.html> Acesso em 13/04/2010.

paleolítica que tive naquele início de carreira, mas que obrigou-me a aprender a editar em moviola as imagens do filme que levava quase duas horas para ser revelado e gravar o texto da reportagem em cima das imagens. (CORDEIRO, 2004).

Pouco tempo depois, a jornalista foi trabalhar na TV Globo, no Rio de Janeiro.

Quando cheguei no jornalismo da Globo no Rio, um ano depois, fui apresentada ao *videotape*. Foi como se um mundo novo se abrisse. Tudo muito mais fácil e rápido. Nunca mais o filme, onde você não podia errar porque a máquina não voltava atrás. Nunca mais ter que voltar para a redação duas horas mais cedo do que o normal para ter tempo de revelar o filme e editar a reportagem. Enfim, um avanço tecnológico de infinitas possibilidades que facilitaram a vida da repórter e melhoraram sua performance como profissional. (CORDEIRO, 2004).

A repórter se beneficiou por entrar para uma emissora que, desde o seu início, contava com o VT para gravação e edição de programas. “Em 1968, ela foi a primeira no Brasil a contar com o Editec, equipamento que facilitava a utilização do videoteipe. Até então, a edição das fitas era feita manualmente, com lupas e estiletes.” (CRUZ, 2008, p. 33)

O videoteipe, hoje, é um dos principais elementos que compõem a televisão. Seu advento foi diretamente responsável pela melhoria da qualidade das produções – a partir dele tornou-se possível refazer o que não dava certo, testar, burilar – e ainda permitiu à TV criar uma linguagem própria, com movimentos de câmera alternados, enquadramentos diversificados, com uma edição cada vez mais ágil, tanto nas produções de programas e telenovelas, quanto no jornalismo diário – sem contar que a tendência com o passar do tempo foi – e é – a redução em tamanho e peso destes equipamentos.

Ao mesmo tempo em que proporcionou a revolução do trabalho diário dos profissionais da televisão, o uso do VT também acostumou o telespectador a um estilo de programação que acabou por alterar, da mesma forma, o seu modo de recepção. Ao perceber os avanços possíveis, as novas técnicas, os enquadramentos inéditos – resultado do trabalho de equipes de produção empenhadas em realizar produtos cada vez com mais esmero, explorando ao

máximo o que os equipamentos oferecem – o telespectador foi ficando cada vez mais exigente. Então, quando quem assiste à TV não se satisfaz com o que vê, ou percebe que as sequências de imagens na tela não lhe agradam, ele troca de canal em busca de programação mais de acordo com o que deseja, e faz isso de forma rápida e eficiente, usando o controle remoto.

Portanto, enquanto o videoteipe impôs dinâmica, proporcionou diversidade e tornou viável a melhoria da qualidade das criações televisivas, o controle remoto facilitou e acelerou o processo de escolha por parte do telespectador, provocando, desta maneira, a interação entre dois dispositivos que levaram ao avanço técnico da televisão. A evolução técnica da TV nos mostra que, ao lado das mudanças referentes às produções, ocorre também a imposição de novos comportamentos.

2.1.4.4 A Criação do Videocassete

O grande salto do videocassete⁸¹ foi o de proporcionar ao indivíduo o direito de escolher o que assistir. Apesar de cada emissora de TV oferecer uma programação específica e engessada, sem possibilidades de alteração, a criação do videocassete tornou possível ao telespectador gravar em fita magnética o que se queria assistir – mesmo estando fora de casa, dava para programar o videocassete para iniciar a gravação no horário desejado. Além disso, o vídeo – como popularmente foi chamado – descentralizou as produções, pois permitiu que estas também pudessem ser feitas por amadores e/ou por aquelas pessoas que não conseguiam acesso aos grandes meios de comunicação.

⁸¹ Do inglês VCR (Video Cassette Recorder). Aparelho capaz de gravar e reproduzir imagens e sons registrados em fitas magnéticas. Sucessor do videoteipe, inicialmente era voltado ao público amador. Com o aprimoramento da tecnologia, passou a ganhar espaço no mercado profissional. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Videocassete> Acessado em 10/06/11.

A Sony criou o primeiro videocassete barato em 1969.⁸² O Betamax, nome dado ao formato, foi lançado no mercado americano no final de 1975 e trazia uma fita de meia polegada de largura. Quando inserida no aparelho, a caixa plástica abria um dos lados, permitindo que a fita magnética ficasse exposta e as cabeças de gravação e leitura do aparelho pudessem efetuar a troca de informações (gravação de imagem e som ou leitura do que estivesse gravado). “Por causa de uma política de exclusividade da Sony, o Betamax foi franqueado para poucas empresas, entre elas a Sanyo e a NEC.”⁸³

Em 1976, a *Japan Victor Company (JVC)*, corporação internacional que fabrica equipamentos de áudio, vídeo e eletrônicos, lançava um novo formato, o *Video Home System (VHS*⁸⁴), também idealizado em fitas de meia polegada, mas franqueado para outras empresas do setor de eletrônicos (Matsushita/Panasonic, Sharp, Zenith, RCA), o que acelerou sua difusão. Inicialmente, o formato betamax, da sony, só proporcionava uma hora de gravação. Posteriormente, teve sua capacidade ampliada, em virtude da concorrência do VHS, que já começou oferecendo duas horas de captação de imagens e sons.

Uma série de outros formatos de videocassetes compunham o mercado, principalmente aqueles voltados para o público profissional. do ponto de vista da preferência popular, durante muito tempo, o comando esteve entre a dobradinha VHS-Betamax, com preponderância deste último para a faixa formada por amadores e consumidores domésticos. “O formato VHS aos poucos prevaleceu a ponto de, ao longo dos anos, a Sony ficar isolada como única fabricante de aparelhos Betamax até que, ela própria, encerrou a fabricação deste tipo de aparelho e adotou o padrão VHS.”⁸⁵

No Brasil, a explosão deste segmento foi durante os anos 1980. Também aqui, a queda no preço de venda de videocassetes, entre 1993 e

⁸² Fonte: <http://eletronicos.hsw.uol.com.br/videocassetes2.htm> Acessado em: 05/05/10.

⁸³ Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Videocassete> Acessado em: 05/05/10.

⁸⁴ Sistema de Vídeo Doméstico.

⁸⁵ Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Videocassete> Acessado em: 05/05/10.

1996, levou a um aumento na compra de aparelhos desta natureza. O barateamento e a acessibilidade provocaram alterações nas práticas de recepção de audiovisual. As videolocadoras se multiplicaram e o espectador, ao mesmo tempo em que pôde gravar seus programas favoritos para vê-los quando fosse possível, ganhou programação extra de filmes. Além disso, ainda que os aparelhos de TV antigos não tivessem controle remoto, acoplados a um videocassete podia ser controlado à distância com o controle do vídeo.

No entanto, a chegada do DVD reduziu em muitos anos a sobrevida do videocassete. Este aparelho revolucionário só se manteve nas prateleiras do Reino Unido até o Natal de 2004.

O equipamento, que revolucionou hábitos de consumo, ajudou a modelar um estilo de vida e por muitos e muitos anos foi a principal vedete do chamado entretenimento doméstico, foi excluído definitivamente da relação de produtos vendidos pela rede varejista, conforme anúncio solene feito na semana passada. (ESTADÃO.COM.BR, 2004).⁸⁶

Nos EUA, o uso deste equipamento ainda perdurou até 2008, quando a *Distribution Video & Audio* (DVA) entregou o seu último lote do produto. Para o presidente da empresa, naquele momento a trajetória do videocassete chegava ao fim.

[...] “ele está morto. É isso, este é o último Natal, sem dúvida. Eu fui o último a continuar comprando VHS e o último a continuar vendendo, e chega. Qualquer coisa que tenha sobrado no estoque, nós daremos ou jogaremos fora.”⁸⁷

Em relação a esta declaração dada pelo então presidente da DVA, compreendemos que o videocassete não pode ser considerado uma tecnologia morta, uma vez que, inclusive, o extermínio não é um atributo inerente à técnica. Ela não tem fim, não cessa, não se extingue. O videocassete foi um

⁸⁶ Disponível em: <http://www.estadao.com.br/arquivo/tecnologia/2004/not20041229p56688.htm>
Acessado em 05/05/10.

⁸⁷ Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Videocassete> Acessado em 05/05/10.

importante divisor de águas, que revolucionou a recepção televisiva e de audiovisual de uma maneira mais ampla, e ainda abriu canais alternativos para o cidadão comum conseguir driblar os meios dominantes – pelas facilidades de gravação e distribuição a baixos custos. Esta tecnologia passou, sim, por um processo de transformação que pode ser beneficiado pela posterior digitalização dos processos.

2.1.4.5 As Transmissões Via Satélite

Em 28 de fevereiro de 1969, com a conclusão das obras da Estação Terrena de Comunicação Via Satélite de Tanguá e da Estação Rastreadora de Itaboraí, no Rio de Janeiro, o Brasil iniciou as transmissões via satélite. As imagens enviadas pelo Intelsat III possibilitaram à Rede Globo exibir uma entrevista com o Papa João Paulo VI. “O plano era inaugurar a transmissão via satélite com a transmissão do vôo da Apollo 9, em Cabo Kennedy, mas o lançamento da nave foi adiado para 3 de março.” (CRUZ, 2008, p. 30).

Graças à nova estrutura tecnológica, foi possível assistir, em 20 de julho do mesmo ano, ao vivo, à chegada do homem à Lua. A TV Paulista (TV Globo), que já havia transmitido, via satélite, o lançamento da nave espacial Apollo IX, levava ao ar a façanha dos três astronautas americanos graças à EMBRATEL, que vendia *links* para quem podia pagar. Foram mais de 600 milhões de telespectadores acompanhando as transmissões no mundo inteiro. Foi neste mesmo período que os satélites permitiram as transmissões internacionais.

Se o VT trouxe a oportunidade de aprimorar as produções e dinamizar a realização de reportagens, o uso de satélites permitiu imprimir instantaneidade à televisão. Com isso, se conseguiu aproximar o telespectador dos fatos, ao mesmo tempo em que eles ocorrem – Copa do Mundo, Jogos Olímpicos, ataque às Torres Gêmeas – não importando a distância entre o público e o acontecimento.

Mais uma vez, o desejo do governo militar equivalia aos interesses da Rede Globo. Se o primeiro queria mostrar que o Brasil ia bem, que era um país desenvolvido e em plena ascensão, a outra nutria pretensões comerciais, planejava agradar aos anunciantes, oferecendo um número muito maior de telespectadores como comprador potencial para os produtos que anunciava ao tempo em que reduzia custos com uma programação única.

O primeiro satélite do Brasil, o Brasilsat, foi lançado em 1981, mesmo ano em que a TV bandeirantes se tornou pioneira no uso do serviço via satélite da Embratel para enviar seu sinal de São Paulo para outras emissoras da própria rede. Posteriormente, a Rede Globo, já com 27 emissoras em todo o país, também aderiu ao novo serviço. Em seguida, as outras redes também começaram a migrar para este sistema, pois, além de ser mais confiável que as transmissões via micro-ondas, tinha um custo menor que o Intelsat.

O projeto de integração nacional pretendido pela ditadura militar, um projeto levado a efeito por uma política cultural bem desenhada, uma das mais ambiciosas e mais bem sucedidas da história do país, alcançou êxito graças à televisão. Em outras áreas houve trapalhadas (como a Transamazônica), mas, na área das telecomunicações, o Estado militarizado conseguiu o que pretendia. Espetou antenas em todo o território brasileiro (logo depois, em meados dos anos 80, viriam os satélites) e ofereceu a infraestrutura para que o país fosse integrado. Integrado via Embratel. O resto do serviço foi executado pelas grandes redes, com a Globo na primeira fila. (BUCCI, 1997, p. 16).

O período de 1975 a 1988 foi considerado um momento de triunfo tecnológico. Particularmente devido ao Brasilsat, que permitiu que a TV estivesse presente em quase toda parte. Finalmente, a partir de 1988, começou a expansão internacional, principalmente, por conta do sucesso das telenovelas brasileiras. Mesmo passando por todas estas transformações, Wolton reforça o domínio da Rede Globo sobre o veículo desde 1965, fato este que se deve, de certa forma, segundo o autor, aos constantes investimentos tecnológicos realizados por esta emissora (WOLTON, 1996, p. 153-155).

2.1.4.6 Formação de Redes

Crise. Esta parece ter sido a palavra mais pronunciada nos bastidores das emissoras brasileiras de 1967 a 1973. Apesar da resistência inicial de algumas, ou da inabilidade administrativa de outras, a criação de redes de TV parecia a saída. Em vez de emissoras com programações independentes, reduzir custos com um conteúdo único. Mas isso ainda carecia de investimentos – e nem todas as empresas tinham cacife para isso. Montar uma rede,

Implicava a criação de centros de produção, que gerassem uma programação única para as emissoras que fossem sendo incorporadas. Além disso, as possibilidades técnicas para uma integração simultânea e efetiva só viriam com a inauguração do sistema de transmissão via satélite em 1969. A ideia fazia parte dos planos da TV Excelsior, que acabou falindo nesse mesmo ano. A Tupi teve muitas dificuldades em executá-la, pois não impunha às suas afiliadas a obrigação de transmitir a programação que gerava, além de sofrer internamente com a disputa entre a emissora paulista e a carioca pela geração da programação. (MIRA, [19-], 47)

Foi quando os militares, os donos do poder neste período, perceberam que o controle do país passava pela via da comunicação.

O governo militar, interessado em implementar o seu projeto de modernização e integração nacional, investe nas telecomunicações, concedendo-lhes grande incentivo. Seus beneficiários diretos, os empresários do setor, vão encampar o projeto por razões mercadológicas: a integração do país significa para eles a constituição de um mercado consumidor de bens materiais e culturais de nível nacional. (MIRA, [19-], 45).

A malha de micro-ondas criada pelo governo militar possibilitou transmitir telefonia, telex, sinais de rádio e de TV. Esta ação fazia parte do Programa Nacional de Telecomunicações (PRONTEL), que, em 1972, regulamentou a formação de redes. Com um sistema de comunicação que ligasse o país – de dimensões geográficas gigantescas – de norte a sul, era possível maior fiscalização, controle, domínio.

Esta mesma rede de cabos e antenas, que proporcionava o envio de dados militares, pôde ser utilizada pelos veículos de comunicação para que suas programações cobrissem o país em maior escala. Em 1974, começam a funcionar as estações rastreadoras de satélite em Tanguá, Manaus e Cuiabá, o que possibilitou a distribuição do sinal de TV. Em apenas sete anos de existência, a Rede Globo já havia se tornado a maior rede de emissoras do país. Somavam mais de 36 afiliadas e centenas de retransmissoras.

Mais uma vez a Globo foi a que melhor e mais eficientemente se organizou. Contando com apenas três emissoras em 1966, quando criava sua “Teleproduções”, torna-se em 1973 a segunda rede do país, com 18, perdendo para a Tupi, que tinha então 21 afiliadas. A terceira rede, a REI – Rede de Emissoras Independentes, uma associação sem existência legal como rede – era formada por nove estações. Havia sido criada por iniciativa da TV Record, em 1968, quando era líder de audiência em São Paulo. Mas, com seu declínio, passou o comando para a TV Rio em 1973. (MIRA, [19-], 47).

Interessante é que a Globo havia iniciado a montagem de “sua rede antes da infra-estrutura de repetidores de microondas da Embratel, ainda em 1968.” (CRUZ, 2008, p. 30) Desde sua criação, contava com uma equipe em estado de alerta para o mercado. Com a possibilidade de ampliação do negócio, adquiriu a TV Belo Horizonte e providenciou a ligação por micro-ondas entre São Paulo, Rio de Janeiro e a nova emissora.

Para dar conta do que pretendia, comprou aparelhos usados, de empresas americanas. Com isso, conseguiu conectar a emissora de São Paulo e outra de Barueri. Porém, após um incêndio na emissora de São Paulo, precisou utilizar os serviços da Embratel. Esta decisão foi em julho de 1969 e custou à Globo cinco vezes mais do que gastava com a rede que havia implantado. (BUCCI, 1997, p. 16).

Assim, a grande responsável por fazer vingar o modelo de televisão em rede no Brasil – que ainda permanece, inclusive até mais aprimorado – foi a Rede Globo. Com isso, há uma programação básica, nacional, transmitida a partir da central (no caso, Rio ou São Paulo) e seguindo para o país inteiro. As

afiliadas, por sua vez, dispõem de horários específicos na grade da programação unificada para a inserção das produções regionais. Dentro de uma grande rede nacional, podem existir outras redes menores, cobrindo estados ou regiões. É o caso da Rede Bahia e da RBS (Rede Brasil Sul), por exemplo. Outras emissoras, como a Rede Record, ainda hoje operam desta forma, com base no modelo Globo, mas com algumas variações.

Em 1974, foi aberta a concorrência para três canais novos, que formariam três novas redes. A TV Bandeirantes, que, desde 1967, tinha um canal em São Paulo, ganhava mais um, agora no Rio de Janeiro. O Jornal do Brasil fazia o percurso contrário. No Rio de Janeiro desde 1973, chegava naquele momento à capital paulista. E o terceiro foi um canal no Acre para a TV Amazonas. Sílvio Santos, que pleiteava um dos canais e foi preterido em favor da Bandeirantes, continuou insistindo com o governo, mostrou resultados positivos das suas empresas e, finalmente, em 1975, conseguiu seu primeiro canal de TV.

A tentativa de criação de uma TV em rede já vinha sendo pensada por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, Boni, mesmo antes de sua contratação pela Globo. Em 1966, quando ainda trabalhava para João Jorge Saad, da TV Bandeirantes, promoveu um encontro do patrão com Roberto Marinho.

A ideia do futuro criador do “padrão Globo de qualidade” era associar os dois empresários, criando a primeira rede de TV do Brasil. Marinho aceitou, mas Saad não. Daí Boni pediu demissão e tentou formar a rede que sonhava na TV Tupi, onde também não obteve sucesso. Foi naquele ano que a Globo chegou em São Paulo, com a compra da TV Paulista. (CRUZ, 2008, p. 29).

A entrada de Boni na Globo foi em 1967. Pretendia mesmo transformá-la em uma rede de televisão nacional. E foi na Globo que encontrou o parceiro Walter Clark, que nutria o mesmo desejo. “Com as mudanças feitas por profissionais como Boni e Clark, a Globo conseguiu elevar sua audiência de 28% em 1965 para 49% em 1968, no Rio de Janeiro (CRUZ, 2008, p. 29). Em entrevista, Boni diz:

O conceito de rede de televisão no Brasil foi difícil de montar por causa do desafio de recolher o dinheiro para financiar a produção, centralizando suas vendas e permitindo reservar, na fonte, o dinheiro necessário para investir no produto. (SILVA JÚNIOR, 2001, p. 49).

A criação do sistema de redes trouxe dois aspectos que merecem reflexão. Primeiro, a elaboração de um padrão de qualidade técnica – não importa em que estado se esteja, as emissoras buscam seguir protocolos determinados pela chamada cabeça de rede⁸⁸. Estas regras incluem, entre outros elementos, o uso de enquadramentos, cenários, grade de programação. Além de padronizar cada canal, esta iniciativa sofre críticas por unificar a fala do brasileiro, em detrimento dos sotaques e da diversidade do país. A população brasileira passou a ter como principal referência cultural os costumes, valores e o jeito de falar encontrados no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Com este estudo, pude notar que a existência de um esforço planetário para concretizar o desejo do homem de transmitir imagens de um canto a outro culminou no surgimento de um dos mais potentes e influentes meios de comunicação do século XX. Um misto de atitude visionária, empreendedora e ingênua moveu o jornalista Assis Chateaubriand a trazer a televisão para o Brasil tão logo ela começava a ganhar espaço nos Estados Unidos. Entre investimentos que deram certo, negociatas frustradas e apoio (e interesse) militar, a televisão se estendeu pelo território brasileiro.

Ao fazer isso, a tevê se imbricou na cultura popular e influenciou os hábitos da população. Seus aparatos técnicos – como cor, controle remoto e videoteipe – alteraram desde o desenho dos lares até as tendências da moda e de indústrias como a da música (esta última, impulsionada pela propagação das constantes trilhas sonoras). No entanto, talvez a maior transformação técnica pela qual a televisão passou neste início de século XXI tenha sido a digitalização.

⁸⁸ Emissora central, normalmente situada no Rio de Janeiro ou São Paulo, a quem as emissoras regionais devem obedecer.

2.2 TV DIGITAL

A televisão chegou ao século XXI com um sistema em rede plenamente instalado no Brasil e ostentando seu reconhecimento como um meio de comunicação capaz de romper fronteiras internacionais para levar informação e entretenimento aos diversos povos. Entretanto, como uma tecnologia desta natureza não interrompe o seu processo de evolução, neste início de século, um novo desafio se apresentava: inaugurar a era da digitalização, a partir da conversão de dados por meio de um código binário, combinando os dígitos 0 e 1, técnica que aproximou este veículo da lógica dos computadores.

No intuito de mostrar o quanto o processo de digitalização influenciou o atual perfil deste meio de comunicação, considero pertinente tratar aqui do movimento de implementação da TV Digital, na medida em que a transição do sistema de captação e transmissão analógica para a digital transformou a TV em um amplo sentido, desde seus processos e rotinas à sua linguagem. Além disso, as produções audiovisuais em formato digital, mesmo que realizadas por emissoras para serem distribuídas por meio de radiodifusão, se constituem em uma das facetas que levam à conformação da TV na *web*, uma vez que, mesmo que exibidas via TV aberta, acabam sendo distribuídas também pela internet. Aqui é importante destacar que as questões relacionadas à *tevé* na *web*, a modalidade de televisão que está inserida no foco principal deste trabalho, serão discutidas posteriormente no capítulo quatro, que trata sobre os ganhos que esta nova expressão da TV pode trazer para os sujeitos, na medida em que propicia a cultura da participação e abre caminhos para outras aprendizagens.

Desde o advento das transmissões em cores, foram poucas as inovações tecnológicas realmente significativas que apareceram no panorama evolutivo da televisão, até a chegada da TV Digital, cujos estudos, inicialmente voltados para a alta definição, “começaram em 1970 e foram apresentados, pela primeira vez publicamente, em 1981” (BRITTOS; BITTENCOURT, 2010, p.

2). Japão, Europa e Estados Unidos foram pioneiros nas pesquisas relativas à TV Digital. No entanto, enquanto os dois primeiros se detiveram na disputa pelo controle técnico da HDTV (*High Definition Television*, ou TV de Alta Definição), os EUA saíram na frente, pondo em prática as transmissões digitais, mesmo que parcialmente analógicas, já em 1992.

No Brasil, o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva assinou, em 29 de junho de 2006, o Decreto nº 5.820, que registra a opção do governo pela implantação do sistema japonês ISDBT-T, com incorporação de tecnologia nacional para o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T), e também as diretrizes para essa implantação. Este decreto, inclusive, determina que as emissoras brasileiras têm até 2017 para migrarem definitivamente da tecnologia analógica para a digital. O SBTVD-T, até o momento, foi adotado por 12 países⁸⁹, atingindo um total de 370 milhões de habitantes. Ainda em busca de expansão, o governo brasileiro pretende atingir outras nações (WILLIAM, 2011).

Na transmissão digital, imagens e sons (que podem ser unidos a dados e aplicações de *software*⁹⁰ são enviados ao receptor seguindo a mesma lógica de transmissão de dados da internet – em pacotes codificados (FERRAZ, 2009). A compressão e modulação digitais permitem o envio de uma maior quantidade de conteúdo, com melhor qualidade – sem risco de interferências⁹¹. A recepção deve ser feita por um aparelho de TV com tecnologia digital, ou, no caso do equipamento ainda analógico, é necessário um *set top box* – caixa que quando acoplada à TV tradicional efetua a conversão do sinal digital para o analógico, permitindo que o conteúdo seja assistido.

A proposta da TV Digital traz como principais características a capacidade de transmitir em alta definição, levando à visualização de imagens e movimentos mais precisos; a multiprogramação, que torna possível a

⁸⁹ Brasil, Argentina, Peru, Venezuela, Chile, Equador, Costa, Rica, Paraguai, Bolívia, Nicarágua, Uruguai. Fonte: <http://www.dtv.org.br/index.php/onde-ja-tem-tv-digital/veja-aqui-os-paises-da-america-do-sul-que-ja-adotaram-o-padrao-isdb-tb/> Acessado em 28/06/11.

⁹⁰ Um programa que faz com que um computador execute determinada tarefa.

⁹¹ http://pt.wikipedia.org/wiki/Televis%C3%A3o_digital Acessado em 28/06/11.

transmissão de programas diferentes, simultaneamente, por um mesmo canal, ou um único programa, com a opção de acompanhar ao mesmo tempo ângulos de diversas câmeras, por exemplo, graças ao recurso da compactação de dados; a mobilidade, viabilizando a recepção do sinal de televisão em aparelhos móveis ou portáteis; e a interatividade, que, agregando conteúdo adicional à programação, como enquetes e sinopses de programas, favorece o contato do público com a emissora.

Acredito que as inovações da televisão digital que afetam mais diretamente o comportamento de quem assiste à TV são a interatividade e a mobilidade. A primeira, no mínimo, por aumentar o seu leque de ofertas de ações possíveis diante da televisão: consulta sobre informações referentes a programas ou filmes, participação em votações e serviços, como *t-commerce* (compras), *t-banking* (transações bancárias) e *t-government* (acessar dados do governo) (CROCOMO, 2004).

Além das escolhas do padrão japonês ISDBT-T, com incorporação de tecnologia nacional para o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T) e do modelo MPEG-4⁹² para compressão de áudio e vídeo, o decreto 5820/2006 também traz a adoção do suporte do Ginga, um *middleware* desenvolvido em parceria pelos pesquisadores da Universidade Federal da Paraíba e da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC – RJ). Graças a este *middleware*, a tecnologia da TV Digital viabiliza a interatividade entre telespectador e emissora, na medida em que esta camada de *software* intermediária, entre o sistema operacional e as aplicações, torna possíveis as ações de acesso à internet (operações bancárias, envio de mensagens, acesso a informações adicionais de programas, seleção de câmeras em jogos de futebol e detalhamento de produtos para compra)⁹³.

⁹² Software para compressão de vídeo e áudio.

⁹³ Fonte: <http://www.dtv.org.br/index.php/entenda-a-tv-digital/o-que-e-ginga/>

O Ginga foi pensado para ser utilizado de maneira colaborativa, sendo livre de *royalties*⁹⁴ e de fácil aprendizagem, permitindo a produção de conteúdos tanto por emissoras estabelecidas no mercado, quanto por TVs Comunitárias⁹⁵. Entre as funcionalidades voltadas para interatividade possíveis com o Ginga, está o *T-learning* (aprendizado via TV), que gera expectativa de uso como suporte para maior difusão da educação a distância⁹⁶.

Ainda no que tange à questão técnica da interatividade, a opção brasileira foi pelo retorno por meio do IPTV (*Internet Protocol Television*). De acordo com Bolaño e Brittos (2007, p. 26-27), que defendem o sistema de retorno como crucial para esta característica própria da TV digital, “a promessa com o IPTV é que haja a convergência total e que a interatividade não seja de controle exclusivo das empresas de telecomunicações”. Desta forma, estaria assegurada maior participação e intervenção do espectador.

Apesar das novidades trazidas pela TV Digital, a interatividade não é algo novo sob o ponto de vista da produção televisiva, uma vez que, desde o advento da televisão, os produtores de conteúdo buscaram mecanismos para se aproximar do telespectador – como cartas e votações, por exemplo. Tal busca se justifica pela ideia, também defendida por Cannito (2010), de que quanto mais participante do processo de emissão das mensagens televisivas, maior a sensação de poder e comando por parte de quem assiste à TV. E se, sob o ponto de vista das empresas televisivas, espectador também é consumidor – neste caso, de audiovisual – quanto mais satisfeito o cliente, mais fiel ao

⁹⁴ Valor pago ao detentor de uma marca, patente industrial, processo de produção, produto ou obra literária original pelos direitos de sua exploração comercial. Disponível em: <http://www2.camara.gov.br/agencia/noticias/60450.html> Acessado em 29/06/11.

⁹⁵ O serviço de radiodifusão em caráter comunitário difere do serviço comercial por se restringir a uma área de cobertura referente apenas a determinada comunidade, bairro e/ou vila; por ser destinado a fundações ou associações comunitárias sem fins lucrativos, sediadas na área da comunidade a ser servida pela estação; por dispor de patrocínio unicamente via apoio cultural; e por funcionar por meio de autorização do governo (podendo ser cancelada a qualquer momento), enquanto as TVs comerciais recebem outorga (renovável a cada 15 anos). Disponível em: <http://www.mc.gov.br/radiodifusao> Acessado em 29/06/11.

⁹⁶ Disponível em: <http://www.ginga.org.br/pt-br/sobre> Acessado em 29/06/11.

produto ele será, gerando assim, conseqüentemente, maior lucro, tanto para estas empresas, quanto para seus anunciantes.

Com o impulso tecnológico viabilizado pela digitalização do sistema de TV, a interatividade realça outro aspecto do comportamento do espectador. Como lembra Cannito (2010), a televisão se caracteriza por ser uma experiência coletiva, à qual o sujeito se submete para, em seguida, comentar com o vizinho, discutir o final de determinado programa com os amigos. Assim, as potencialidades desta nova configuração da TV prometem facilitar a conexão entre os telespectadores, “[...] possibilitando uma comunicação horizontal; em vez de haver um centro emissor e milhares de receptores, haverá a possibilidade de os receptores se conectarem entre si” (CANNITO, 2010, p. 155).

Esse mecanismo de comunicação horizontal nos remete ao desenho de uma televisão bem próxima da linguagem da *web*, com a formação de redes composta por indivíduos que dialogam e promovem trocas, constantemente, por meio dos aplicativos disponíveis.

Espera-se que, num futuro próximo, a TV digital, com auxílio de aplicativos como o *TV mail*, possibilite ao espectador avisar os amigos (e/ou listas de amigos simultaneamente) sobre determinado canal que exiba, naquele instante, algo de interesse comum. Pelo *TV chat*⁹⁷ ele poderá ter o prazer adicional de uma conversa em tempo real, num modelo próximo ao do Messenger⁹⁸ ou até mesmo do Skype⁹⁹. (CANNITO, 2010, p. 155).

Para Cannito (2010), esses recursos que proporcionarão companhia ao espectador, à medida que permitirão que ele interaja com uma comunidade virtual, marcarão a história das mídias pela real possibilidade de todas elas serem interativas. Contudo, o sucesso desta tecnologia depende da adequação às necessidades e interesses reais do público. “No caso da televisão, temos

⁹⁷ Aplicativos de programas que viabilizam a conversação em tempo real.

⁹⁸ Programa que, quando instalado em computadores que estejam conectados à internet, permite conversas entre pessoas por meio de mensagens instantâneas (texto e vídeo).

⁹⁹ Programa semelhante ao Messenger, que traz como principal diferencial a possibilidade de comunicação também com telefones fixos e celulares.

que pensar em quais tipos de interatividade vão agradar o público” (CANNITO, 2010, p. 155). Mas o fato é que as funções do controle remoto, dispositivo que proporcionou o primeiro movimento em direção à mobilidade do espectador, podem ser ampliadas e potencializadas por esse novo modelo de interatividade – o que muito provavelmente agradará o espectador.

Já a aposta brasileira em uma TV Digital que suporte a recepção em aparelhos móveis visa não só proporcionar comodidade a quem tem equipamentos portáteis, mas ainda gerar oportunidade de negócios para emissoras de televisão e operadoras de telefonia móvel. Lemos (2004) destaca que hoje, no mundo, existem mais usuários de celular do que internautas¹⁰⁰ e que, em alguns países, como Portugal e Dinamarca, o número de celulares ultrapassa o de pessoas. A mobilidade como característica da TV Digital é viabilizada pelo crescimento do mercado da telefonia, disseminando aparelhos celulares pelo planeta – um negócio em que o Brasil ocupa a 10ª posição em âmbito mundial e a 1ª na América Latina (CANNITO, 2010).

Nessa perspectiva, Lemos (2004) ressalta que vivemos na fase da conexão sem fio, característica da “era da conexão”¹⁰¹. Com isso, o celular, que passa a ser um centro de comunicação, deixa de ser simplesmente telefone, para oferecer, entre outras funções, as de máquina fotográfica, difusor de *e-mails*, atualizador de *sites*, tocador de música e televisão.

O celular expressa a radicalização da convergência digital, transformando-se em um "teletudo" para a gestão móvel e informacional do cotidiano. De media de contato inter-pessoal, o celular está se transformando em um media massivo. (LE MOS, 2004¹⁰²)

¹⁰⁰ Termo usado para designar as pessoas que navegam na internet.

¹⁰¹ Lemos (2004) chama de “era da conexão” o momento atual das comunicações caracterizado pela emergência da computação ubíqua, pervasiva e senciente. Segundo o autor, trata-se de termos quase sinônimos. Ubiquidade é poder estar em vários lugares ao mesmo tempo. Computação ubíqua ou pervasiva é a disseminação dos computadores por todos os lugares. Computação pervasiva está relacionada à idéia de ubiquidade, e se caracteriza pela introdução de chips em equipamentos e objetos que passam a trocar informações. Já a computação senciente é a interconexão de computadores e objetos através de sensores que passam a se reconhecer de maneira autônoma e a trocar informações.

¹⁰² Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/alemos.html> Acessado em 30/06/11.

Diante disso, o desafio do SBTVD-T é justamente oferecer estabilidade na recepção de imagens em aparelhos portáteis, mesmo quando o espectador esteja em veículos em alta velocidade. A intenção de agregar a mobilidade ao sistema de TV Digital brasileiro é alcançar aquele sujeito que se encontra em trânsito em direção ao trabalho (no ônibus, no metrô ou até em meio a um engarrafamento), aguardando em salas de espera ou em qualquer outro momento ocioso, longe de um aparelho de TV convencional.

O que diferencia esses usuários dos telespectadores comuns é o tipo de programação à qual desejam assistir. Eles esperam ter, por meio de guias simples que permitam trocar rapidamente de canal, vídeos e *podcasts* sob demanda, interatividade, personalização e a possibilidade de pausar, recomeçar, pular para frente ou para trás durante os programas (como fazem com seus tocadores de mp3) (CANNITO, 2010, p. 107).

De posse do dispositivo e do conteúdo, os indivíduos buscam neste tipo de transmissão televisiva as mesmas – ou até mais – funcionalidades que as que já dispunham no sistema convencional e nos artefatos habituais do dia a dia. Exigem, com isso, mais que mobilidade, compreendida como “a transmissão digital para televisores portáteis, como aqueles usados em veículos” (CANNITO, 2010, p. 102). Querem também dispor das facilidades da portabilidade, que é a “transmissão digital para dispositivos pessoais, como celulares” (CANNITO, 2010, p. 102). E assim, essas pessoas forçam ainda a indústria produtora de conteúdo, que precisa inovar na linguagem audiovisual para criar produções que possam ser assistidas em telas reduzidas, por quem muitas vezes não dispõe de muito tempo e que não está na comodidade de uma sala de estar.

É importante ressaltar que uma série de entraves, como questões políticas, interesses econômicos das empresas de radiodifusão, fragilidades quanto à implementação da tecnologia nacional, desconfianças com relação à promessa de interatividade, receio de subutilização dos recursos oferecidos pelo modelo digital, vem marcando a implantação do sistema digital no Brasil.

Tais entraves se justificam por ser esse um processo permeado por interesses distintos dos diferentes segmentos sociais nele envolvidos, entre eles a indústria, as universidades, as emissoras de tevê.

Um exemplo dessa divergência de interesses, conforme destaca Médola (2009), foi a opção brasileira pela HDTV, forçada pelas emissoras de canal aberto, que transmitirão, pelo menos inicialmente, em alta definição, ocupando todo o espectro eletromagnético¹⁰³. Diante dos custos para implantar a multiprogramação, as empresas de TV forçaram as negociações com o governo para usar o espaço do canal ampliado com a digitalização para exibir imagens de melhor qualidade. Embora encantem visualmente o público, a escolha tomou como base o fato de ser uma opção mais econômica para o empresariado – sem contar que de certa forma subutiliza o potencial tecnológico e até burla a proposta do sistema brasileiro, que permite transmissões simultâneas.

Entretanto, ainda que, por um lado, as empresas de TV tenham optado por ocupar todo o espectro, transmitindo em alta definição, por outro, a TV Digital vem trazer uma solução para a saturação do espectro eletromagnético – utilizado para as transmissões via satélite e terrestre, pelo ar. O amplo uso para serviços como o das transmissões televisivas, telefonia celular, rádio e aviões impossibilitava qualquer tipo de avanço no setor. Assim, como destaca Ferraz (2009), ao permitir a compactação do material a ser transmitido, a digitalização contribui para uma utilização mais eficaz do espectro. A sua eficácia, contudo, vai depender dos usuários deste espaço (radiodifusores) e da maneira como o governo brasileiro fizer esta gestão.

¹⁰³ As ondas de rádio, conhecidas como ondas eletromagnéticas, passam por um espaço chamado de espectro radioelétrico/eletromagnético, dividido em frequências de transmissão (faixas de frequência, também denominadas de canais). Este espaço é comparado a uma rua estreita, por onde transita um carro por vez. De acordo com a Anatel e autoridades governamentais, este é um espaço escasso, já saturado pelo intenso uso por emissoras de TV, rádio, telefonia móvel, etc. A tecnologia digital evita a interferência de um transmissor em outro, acabando com possíveis ruídos de comunicação e possibilitando a ampliação e democratização do uso do espectro. (SILVEIRA, 2007) Disponível em: <http://samadeu.blogspot.com/2007/09/porque-lutar-pelo-espectro-aberto-ou.html> Acessado em 28/06/11.

Na visão de Médola (2009), a escolha do *set-top box*¹⁰⁴ pelo governo brasileiro, enquanto se substituem os aparelhos receptores analógicos pelos digitais, também é uma opção questionável, na medida em que o resultado do uso desse conversor pode comprometer o projeto de popularização da recepção da TV digital. De acordo com a autora, uma dificuldade

[...] é que a imagem simplesmente não poderá ser vista integralmente nos aparelhos analógicos. Outro problema é o custo para que esta caixa conversora de sinais seja também um dispositivo de integração da TV com a Internet de modo a promover a pretendida inclusão digital de camadas significativas da população. (MÉDOLA, 2009, p. 251)

Desta forma, o novo sistema se encontra distante da maior parte da população brasileira, principalmente por entraves financeiros. Além do mais, aquele que consegue dispor do mecanismo de recepção, teria acesso a um material precário. E ainda: se a inclusão digital é uma das propostas para beneficiar o público com esta tecnologia, não se tem como pensar no assunto se o instrumento que a viabilizaria é inacessível.

É pertinente ainda salientar o quanto a digitalização modificou as formas de consumo de produtos televisivos. Este novo sistema trouxe, como vimos, a chamada computação pervasiva¹⁰⁵. Nesta nova configuração que integra TV, computador e internet, Médola (2009) destaca a forma da fruição de conteúdos, a partir da interatividade que requer mobilização do público. “Se na televisão analógica a fruição ocorre como projeção enunciativa de caráter interoceptivo para o receptor, na associação com a informática a interatividade exige corporeidade, motricidade em sua conformação exteroceptiva” (MÉDOLA, 2009, p. 249).

Com a digitalização, a relação entre público e TV entra em uma nova fase e requer o desenvolvimento de competências específicas por parte de

¹⁰⁴ Conversor que recebe o sinal digital e o converte em um formato de vídeo e áudio compatível com o receptor analógico.

¹⁰⁵ *Pervasive computing* é a disseminação de *chips* e da informática em vários aparelhos e ambientes.

quem assiste a este veículo. Se antes este indivíduo assumia, forçosamente, uma postura passiva, por conta, também, das antigas características tecnológicas deste meio de comunicação, agora ele pode ser mais ativo, mais participativo. A configuração dada a esta nova tevê leva o telespectador a querer ser um interator, estimulado pelas demandas de participação (MÉDOLA, 2009).

Decidir sobre como, quando e onde assistir a um programa forja uma relação comunicativa não mais centrada na ação de um dos lados do processo, ou seja, do emissor que determina a programação restando ao receptor apenas a decisão de ver ou não o que é veiculado. Os sistemas de armazenamento e busca de dados estabelecem, sim, no aparelho de TV integrado com o computador, outros tipos de contratos enunciativos na macrossemiótica da televisão da plataforma digital. (MÉDOLA, 2009, p. 255)

De fato, a digitalização transformou o que conhecíamos como televisão. O aparelho tradicional de recepção ganhou *design* novo, mais leve, moderno, com melhor qualidade de som e áudio. Plataformas mais compactas permitem o manuseio e a recepção em qualquer lugar. Como destaca Cannito (2010), uma vez que tudo pode ser traduzido para uma representação numérica binária (0 e 1), todas as mídias passam a dispor de uma versão digital e da possível convergência entre elas. O termo convergência aqui é aplicado no sentido proposto por Jenkins (2009), como o fluxo de conteúdos por meio de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, “que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2009, p.29).

A convergência leva à constante “[...] contaminação recíproca entre todas as mídias. Essa convertibilidade e o fato de que todas elas podem se comunicar e ser alteradas pelo computador permitem que cheguemos aos princípios da mídia digital” (CANNITO, 2010, p. 74). A convergência é, portanto, um processo, e não o final (SILVEIRA, 2008) e, por isso mesmo, uma cultura. De acordo com Jenkins (2009), a convergência não se dá por intermédio de

aparelhos, ocorre, sim, dentro do cérebro dos consumidores – de forma individual e a partir da interação com outros.

2.3 UMA TV MASSIVA

O fluxo de informações na sociedade é marcado por momentos catalisadores de profundas transformações. Ainda no século XIV, a prensa de tipos móveis de Gutenberg tornou possível ir além do trabalho dos escribas e distribuir o texto escrito para um amplo número de pessoas. Livros, folhas volantes (precursoras dos jornais) passaram, gradativamente, a circular para além da elite. Cinco séculos depois do surgimento da imprensa, o físico italiano Guglielmo Marconi conseguiu patentear o rádio, o invento que levou o áudio de um canto para outro, por meio de ondas eletromagnéticas que se propagam no espaço. Assim, a partir daquele momento, este novo veículo de comunicação permitiu que as populações sem acesso à escrita e nas mais longínquas localidades também estivessem incluídas nos debates sociais – ou, pelo menos, que soubessem o que estava sendo discutido.

Sem desmerecer e reconhecendo o potencial destes e de outros inventos anteriores voltados para a área da comunicação, é pertinente afirmar que a marca do século XX nesta área foi a criação da televisão, um aparato tecnológico de reprodução de imagens e sons de forma instantânea que despontou mundo a fora encantando pessoas. Este sistema chegou a ser considerado o veículo da era eletrônica que alcançou maior penetração popular, estando presente na maioria das residências, atingindo um imenso número de pessoas – espalhadas por diversos países, nos locais mais distantes que se possa imaginar.

Pouco tempo depois de seu lançamento no mercado, em 1939, a televisão analógica, rapidamente, se tornou figura presente em quase todos os lares do mundo, inclusive nos lares brasileiros. Este veículo de transmissão de imagens e sons, algo inédito para os padrões da época de sua criação, já chegou provocando uma enorme revolução nas formas de comunicação

vigentes, logo se configurando como um potente meio de comunicação de massa, produzindo e distribuindo informações e entretenimento em larga escala, influenciando diretamente o modo de agir e pensar das pessoas, ditando modas e determinando regras e comportamentos nas suas diversas esferas.

Em residências do mundo inteiro, o aparelho de TV ocupava um espaço de realce. Era em torno deste sistema analógico que as famílias se reuniam para acompanhar o noticiário, as telenovelas. Naquela época, o fantástico da televisão estava na façanha de reproduzir na tela a imagem. Na verdade, o caráter imagético-auditivo deste meio e a sua capacidade de propagação conferiram-lhe um *status* que se mantém até os dias atuais. Como ressalta Rocco (1999, p. 19), a televisão permanece, ainda hoje, “[...] parte do cotidiano, parte do referencial de vida de quase todos os homens. Não se pode negar a evidência de um fato.”

Gerações foram e continuam sendo marcadas pelo que assistem na tevê. As roupas da moda, os cortes de cabelo, as frases de efeito ditas pelas personagens das telenovelas... Os hábitos fomentados pela televisão permanecem orientando o horário de execução de determinadas atividades, como jantar antes do Jornal Nacional, preparar o almoço depois do Mais Você, dormir ou ir à balada após a novela das oito. Isso é o que chamo de “relógio televisivo” (ARGOLLO, 2002), este poder que a TV tem que faz com que ajustemos nossas ações a partir de sua programação. Desde que passou a fazer parte do cotidiano das pessoas, a televisão esteve associada ao entretenimento, ao acesso a informações e à companhia possível. Tudo isso à disposição no exato momento em que se liga o aparelho – embora, inicialmente, a programação televisiva tivesse horário limitado, hoje são diversos os canais 24 horas no ar. A TV traz para o indivíduo a instantaneidade, não só porque os fatos podem ser vistos, muitas vezes, ao mesmo tempo em que ocorrem, mas no sentido de satisfação/prazer imediato para o telespectador. Esta possibilidade de ter o mundo em casa conferiu a esta mídia um poder de referência para as pessoas – seja na moda, na música (as chamadas paradas de sucessos) ou no padrão de beleza. A comunicação

imagético-auditiva proporcionada pela televisão é atraente e encantadora. As mensagens que chegam ao público não exigem grande esforço de reflexão para serem compreendidas. Acredito que esta oportunidade de deleite imediato e constante é o que acaba fisgando o telespectador e fazendo com que ele veja neste veículo uma espécie de alento para os seus ideais de consumo.

É esta televisão que Martin-Barbero (2009) afirma ter preponderância sobre o público. O autor destaca também que a maneira como o telespectador se relaciona com a TV vai depender de fatores como classe social, interesses específicos e até o espaço e o tempo dedicados diariamente a esta mídia. Sobre a televisão analógica, o autor ressalta:

A leitura da topografia possibilita o estabelecimento de uma topologia simbólica configurada pelos usos de classe. Do mesmo modo, é possível traçar uma tipologia social dos tempos: desde a tela que fica ligada o dia inteiro até aquela que ligam só para ver o noticiário ou seriado da BBC, pode-se observar uma gama de usos que não têm a ver unicamente com a quantidade de tempo dedicado, mas com o tipo de tempo, com o significado social deste tempo e com o tipo de demanda que as diferentes classes sociais fazem à televisão. Enquanto uma classe só pede informação à televisão, porque vai buscar em outra parte o entretenimento e a cultura – no esporte, no teatro, no livro e no concerto –, outras classes pedem tudo isso só à televisão. (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 302-303)

O pensamento de Martin-Barbero (2009) ajuda a compreender por que um veículo de comunicação conseguiu atrair para si tanto poder e supremacia durante tanto tempo. Além de fomentar hábitos, ditar modas e oferecer informação e lazer a um grande número de pessoas, é importante ressaltar que, antes da chegada das mídias digitais e da convergência da TV com a internet, a televisão analógica/tradicional que nos habituamos a ver foi a tevê da centralidade, do discurso unilateral. E foi esta TV centralizadora e linear que, sob variados aspectos, impôs sua preponderância na vida dos indivíduos. E, na mesma medida, passou a ser alvo de severas críticas. Se, por um lado, este meio de comunicação de massa¹⁰⁶ detém uma aura de encanto, por outro,

106 A noção de “massa” é tratada aqui sob a perspectiva de Lemos e Lévy: “É importante notar que durante séculos, a massa foi apenas isso: massa sem forma, sem possibilidade de

carrega o peso de estar associado ao poder sobre os telespectadores, uma vez que o seu uso também está relacionado ao dos instrumentos que permitiram – e ainda permitem – o controle social.

Nos seus estudos acerca da supremacia da TV em épocas mais antigas, diferentes autores, como Matuck (1995), Martin-Barbero (2004), Marcondes Filho (1986) e Sodré (1971), ressaltam que, além de, inicialmente, ter alterado o espaço doméstico, uma vez que o aparelho passou a ter lugar central e de destaque em muitas salas de estar – a TV analógica acabou por abolir a intimidade no ambiente familiar, atraindo a atenção de cada um, reduzindo a conversação e o intercâmbio. Situação que se ampliou à medida que este quadro se estendeu para os quartos individualizados ou ambientes públicos. Já sobre a atuação da TV na atualidade, estes mesmos autores destacam que, hoje em dia, este meio não mais reúne familiares e amigos em torno dela apenas para escutá-la atentamente, mas isola os indivíduos em diferentes cômodos da casa (sala, quarto, cozinha), em que cada um possa desfrutar da sua programação de interesse. No entanto, denunciam que, tanto ontem, como hoje, agrupando ou isolando as pessoas, muitas vezes as palavras propagadas pelos apresentadores dos telejornais, pelas personagens das telenovelas são ouvidas como verdades absolutas e se tornam regra.

Em uma pesquisa na qual realiza uma reflexão sobre o processo de implantação da TV analógica no nosso país, Sodré (1971) discute a ideia da TV tradicional como um meio unilateral, uma mídia massiva por excelência. Nesta pesquisa, o autor descreve que, em um momento posterior ao estabelecimento do rádio como mídia voltada para um grande público, o advento da tevê veio

produzir informação e conteúdo, desestimulada a tomar nas mãos a emissão e colocada sempre no lugar de um *consumidor*, na melhor das hipóteses esclarecido (isto é, sabendo ler, escrever, escolhendo com consciência o veículo onde vai consumir a informação)” (LE MOS; LÉVY, 2010, p. 86). É levado em consideração também o postulado de Thompson (2008), ao alertar que o termo “massa” não pode ser entendido como quantidade de indivíduos que recebem produtos, mas como grande pluralidade de destinatários, pois em alguns casos a audiência pode ser pequena e especializada, porém a produção não levou em conta as suas especificidades e a tratou como única. Nesta perspectiva, Thompson (2008) pondera que a comunicação de massa é aquela em que o fluxo de comunicação ocorre esmagadoramente em sentido único, com mensagens enviadas para indivíduos em circunstâncias espaciais e temporais distintas das encontradas no contexto original de produção. Os receptores, assim, não são parceiros da mídia em um intercâmbio comunicativo, porém participantes de um processo de transmissão simbólica.

potencializar o que já havia sido delineado no panorama das comunicações no Brasil – a primazia da comunicação de massa. De acordo com Sodré e Paiva (2002), o modelo de TV implantado no nosso país – uma “televisão massiva” baseada na combinação do uso técnico do espectro hertziano¹⁰⁷ com financiamento publicitário e audiência cotidiana (SODRÉ; PAIVA, 2002, p. 105-106) – contou, principalmente, com o apoio da ditadura militar, que se empenhou para assegurar a infraestrutura para o desenvolvimento da radiodifusão. Nesse sentido, para estes autores, tal modelo, aliado quase sempre a interesses políticos e manobras de mercado, ajudou o governo a criar um pensamento comum entre a população: o de uma ordem social, que regulava a economia e forjava uma sociedade de consumo.

Na visão de Sodré (1971), a TV analógica se configura como um simulacro da realidade diante do qual o receptor abandonaria a si mesmo, se deixando envolver pela *iconosfera*¹⁰⁸ e enfraquecendo os próprios sentidos. Desta forma, o telespectador, envolto em mensagens projetadas para um grande público, que oferecem conteúdos banalizados pelo senso comum, tende à passividade diante da televisão. Nesta mesma linha de raciocínio, Martin-Barbero (2004) também destaca, em sua análise acerca da implantação da tevê analógica nos Estados Unidos – que serviu de modelo para uma série de outros países, inclusive o Brasil –, que o desenvolvimento, tanto tecnológico, quanto discursivo, dos *mass media*, iniciado nos Estados Unidos, no fim da Primeira Guerra Mundial, esteve diretamente vinculado à necessidade do governo de homogeneizar as massas em torno de um consenso de apoio com relação à instalação de um processo bélico. Este mesmo autor acrescenta que

A posterior decepção dessas massas, ao ter conhecimento das manipulações de que haviam sido objeto, não diminuiu a força da curiosidade e da fascinação de que se tinham imbuído os meios. E, ao desejo dos políticos de conhecer a influência que haviam tido suas

107 Intervalo de radiação que contém as ondas de rádio, usadas para a comunicação em radioamadores, radiodifusão (rádio e televisão), telefonia móvel. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Onda_de_r%C3%A1dio Acessado em 23/09/11.

108 De acordo com Sodré (1971), universo das imagens.

campanhas *mass*-didiatizadas sobre a população, somou-se o dos industriais e dos comerciantes de incrementar a eficácia da publicidade. A ciência das comunicações nasceu, assim, orientada para aperfeiçoar e perpetuar “o estilo norte-americano de democracia”. Os possíveis efeitos negativos dos meios, como a degradação da cultura, serão vistos como meras disfunções que o próprio sistema se encarregará de refuncionalizar.” (MARTIN-BARBERO, 2004, p. 49)

Aqui é importante esclarecer que esta tentativa de homogeneização das massas, descrita tanto por Sodré, como por Martin-Barbero, relacionava-se à noção clássica de *mass media*, que traz a imagem de uma massa de pessoas a quem era imposta a condição de receptoras de cultura, ciência, ideologia vindas de cima. No entanto, bem como estes autores, Marcondes Filho (1986), há mais de duas décadas, também reagiu a esta noção mais antiga de massa, ao denunciar o fato de que os debates sobre comunicação, cultura, sociedade de massas e dominação social sempre associarem e restringirem a questão do controle e do poder a um pequeno grupo – seja a classe dominante, o estado autoritário, os militares, o poder eclesiástico. Naquela época, a crítica feita pelo autor referia-se ao que ele chamava de “posturas conspiratórias”, que pregam a noção de que poucos indivíduos tramam contra a maioria.

Para Marcondes Filho (1986), de fato, os produtos resultantes dos meios de comunicação de massa analógicos se assemelham a uma produção industrial, em que grupos de profissionais destacam o que acham mais pertinente, conforme a sua própria subjetividade, e o resultado disso segue para um amplo grupo de consumidores mundo a fora, independente das especificidades, necessidades e interesses dos receptores. Embora se venda a noção de interação, efetivamente, neste modelo de comunicação, ela é precária. No entanto, o autor também destaca que não cabem mais posicionamentos que situem a massa de receptores como apática, passiva ou indiferente e defende a tese de que as massas participam como outro membro dentro de uma relação de troca, seja na recepção diária da TV ou na assimilação do discurso dominante.

Não se trata, na recepção – e especialmente na fantástica audiência das novelas populares de televisão do horário nobre – de um acompanhar passivo: as pessoas fazem questão de assistir aos programas, brigam por eles, cancelam outros compromissos para se colocar diante da TV e não perder um segundo do que se passa. Passividade? De forma nenhuma. A grande massa dos receptores das mensagens de televisão vai ao encontro desses conteúdos, sente falta e necessidade deles, vicia-se na sua audiência, muda de canal quando a qualidade do programa não lhe satisfaz, tem uma postura realmente crítica (muito embora essa “crítica” nada tenha a ver com a crítica que a intelectualidade normalmente espera) (MARCONDES FILHO, 1986, p. 27).

Este argumento de Marcondes Filho mostra que, se o receptor não pode responder à TV tradicional, no mínimo, tem autonomia para, na medida em que um conteúdo lhe desagrade, mudar de canal em busca de outro produto. Portanto, fala-se de uma relação de troca entre o produtor da comunicação em massa e o receptor, na qual a astúcia das massas, com suas formas de manifestação, pode fazer prevalecer sua vontade. “Nenhum produto de comunicação agrada se for feito exclusivamente com critérios de interesse dos que controlam a difusão de informação e comunicação em massa” (MARCONDES FILHO, 1986, p. 29). Em outras palavras, se não houver troca, não haverá consenso e, conseqüentemente, não se criará audiência, nem comunicação.

Nessa perspectiva, Thompson (2008) alerta para a necessidade de se abandonar a noção de uma recepção acrítica, em que os indivíduos absorvem os produtos como uma esponja.

Suposições deste tipo têm muito pouco a ver com o verdadeiro caráter das atividades de recepção e com as maneiras complexas pelas quais os produtos da mídia são recebidos pelos indivíduos, interpretados por eles e incorporados em suas vidas. (THOMPSON, 2008, p. 31)

Trazer ao debate as ideias destes autores sobre a vulnerabilidade ou não do telespectador me parece pertinente, por tornar possível perceber que, ainda que sob um modelo massivo, voltado para o domínio do público, o receptor não pode ser tratado como alienado dos procedimentos de fruição

televisual. No entanto, não se pode perder de vista que sob a concepção de um veículo massivo, aquele em que os conteúdos são produzidos por um pequeno grupo, de acordo com preferências estabelecidas por uma empresa com interesses comerciais/políticos, o telespectador é visto meramente como um consumidor, seja do audiovisual em si, seja dos produtos dispostos nos intervalos comerciais ou em ações de *merchandising*¹⁰⁹. De forma alguma, defende-se aqui a ideia de um receptor passivo, mas, certamente, de sujeitos que são tratados como grupo e que, se são ouvidos durante algum processo de elaboração de materiais, é para que se saiba como lhes vender mais adequadamente determinado produto.

As ideias de Marcondes e Martin-Barbero se baseiam em um ponto de vista mais recente adotado pelos teóricos acerca de um tema que, desde o início do século passado, é foco de diferentes estudos: a interação entre recepção e comunicação. Inicialmente, a preponderância do emissor sobre o receptor foi a primeira ideia delineada nestes estudos, uma vez que, baseados na teoria hipodérmica¹¹⁰, mostravam uma relação de poder e uma passividade do receptor, “[...] como se existissem dois pólos que necessariamente se opõem, e não eixos de um processo mais amplo e complexo, por isso mesmo, também permeado por contradições.” (SOUSA, 1995, p. 14). Em vez de se pensar sob uma perspectiva desta teoria, enfoques posteriores denotam alterações nas práticas de comunicação e cultura por meio de posturas interpretativas que rejeitam uma posição funcionalista e introduzem a noção do indivíduo como mediador de opiniões entre grupos sociais e meios de comunicação.

¹⁰⁹ Técnica de promoção de um produto que o associa a uma determinada personagem ou apresentador de programa.

¹¹⁰ Esta perspectiva teórica parte do princípio de que cada indivíduo é atingido pessoalmente pela mensagem e representa a primeira reação que a propagação dos meios de comunicação de massa provocou nos estudiosos. Trata-se de uma abordagem global aos *mass media*, que não leva em consideração a diversidade de meios existentes e que busca analisar os efeitos dos meios de massa na sociedade. Tal posição se justificaria pelo fato de este fenômeno, naquele momento, ser ainda novidade para as pessoas e por estar situado entre as duas guerras mundiais, vinculado a experiências trágicas e totalitárias daquele período histórico (WOLF, 1999).

A partir desta outra forma de ver a relação entre sujeitos e mídias, é possível perceber que, com o passar do tempo e à medida que os estudos sobre a televisão avançam, os analistas se libertam de uma reflexão sobre a TV norteada por críticas contundentes a este meio para inaugurarem uma fase que aponta para um panorama contemporâneo de abertura, que deixa de entender a televisão como um meio menor, menos importante, passando a percebê-lo como o veículo por excelência de comunicação e entretenimento do século XX.

Esta postura, claro, coincide com a compreensão do público como uma espécie de agente no processo de recepção. Isso porque, mesmo que ainda de forma mercadológica, a televisão que chegou ao Brasil na década de 1950 e nos acompanha até hoje tentou dar voz ao telespectador – muitas vezes em experiências frustradas, é verdade. Porém, até quando impunha uma postura estática ao receptor, já se percebia o aparelho de TV como “o *outro*, que impõe um *monólogo controlável* (já que se pode, a qualquer instante, mudar de canal ou desligar o aparelho).” (Sodré, 1971, p. 58) O que levou os pesquisadores a crer que não se tratava efetivamente de um processo unilateral, em que um fala e o outro escuta, sem retrucar. Percebe-se, assim, que, de alguma maneira, o espectador podia se expressar.

Em uma análise sobre o perfil das pesquisas sobre recepção na América Latina, Martín-Barbero (1995) ressalta a mudança de foco com relação ao sujeito, não sendo mais aceitos posicionamentos que o colocam como a vítima de um processo. Este autor, inclusive, chama a atenção para a necessidade de se evitar posicionamentos desta natureza.

Estamos discutindo outro modo de ver a comunicação, estamos propondo que o processo de recepção é um processo de interação; na expressão dos italianos, é um processo de negociação de sentido. Não há comunicação se cada um ler no jornal o que lhe der na cabeça. Dão-se outras coisas: neuroses, histerias, mas não um processo de comunicação. Nesse ponto não podemos cair em extremos. (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 58).

Nesta sua reflexão, Martin-Barbero diz que é preciso verificar as intenções do emissor, seu caráter manipulatório, ideológico. No entanto, destaca também que é fundamental entender que somente isso não é o bastante. Tampouco acreditar que o receptor faz da mensagem o que bem entender. Para o autor, o foco estaria no modo de interagir não apenas com as mensagens, mas com outros atores sociais, uma vez que é “[...] nessa circulação de discursos que se constrói o sentido [...]” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 58).

Por sua vez, alegando não haver provas concludentes sobre a passividade do receptor, Sodré (1971) defende que os veículos audiovisuais analógicos – incluindo o rádio e a televisão – favorecem, mais do que os meios escritos, o envolvimento do receptor em processos de projeção – ao deslocar suas pulsões para os personagens da tela –, de identificação – ao tornar-se, inconscientemente, idêntico a um personagem no qual vê qualidades que gostaria que lhe pertencessem – e de empatia – ao se colocar mentalmente no lugar do comunicador. Além disso, o autor ressalta que

Antes de tudo, é preciso frisar que televisão não é dispositivo uno, isto é, um médium cujas características técnicas e culturais mantenham o mesmo padrão em todas as épocas e lugares, já que é nítida a sua evolução técnica e semiótica (SODRÉ; PAIVA, 2002, p. 105).

Considerando esta questão do desenvolvimento técnico ressaltada por Sodré, a qual o autor destaca para justificar a mudança dos padrões televisivos de acordo com o tempo e espaço vigentes, é importante dizer aqui que, a partir dos anos 1980, com a flexibilização do sistema produtivo proporcionada pelos avanços tecnológicos (queda no custo de equipamentos, ferramentas mais compactas e de mais fácil manuseio), a criação de produtos audiovisuais se estendeu por um campo para além das redes de TV estabelecidas no mercado. Contudo, mesmo o modelo de televisão comercial estabelecido também começava a passar por evoluções técnicas que atingiram tanto o seu sistema de produção, quanto de difusão de materiais. No que concerne à distribuição, entre outros fatores, destaca-se o advento da televisão segmentada (com os

canais fechados, exibidos mediante pagamento) e a promessa da televisão interativa (hibridização da tevê com computador e rede de banda larga, em decorrência da criação do sistema de TV digital). Esta última traz o desafio em termos técnicos e de mercado, pois se apresenta com uma configuração diversa das tevês aberta e fechada (SODRÉ; PAIVA, 2002).

Trago esta discussão em torno da recepção para afirmar que, ainda assim, todas estas constatações a respeito do telespectador não estar totalmente vulnerável aos interesses daqueles que conduzem as programações da TV visando interesses próprios representam muito pouco diante do potencial de supremacia desta mídia. Considero que se negar a assistir a determinado programa sugere uma capacidade de análise crítica do telespectador sobre o que lhe é oferecido. E isso vai além do poder instituído por um controle remoto. Implica em uma série de outros elementos, que passam, principalmente, por ter sido educado para codificar e decodificar a linguagem televisiva e seus artifícios – o que não é comum à maioria da população.

Mudar de canal denota certa atitude, a qual, porém, não é suficiente sob o ponto de vista da participação pública. Ainda que o sujeito reaja, mudando para um produto similar oferecido por outra emissora, este telespectador continua como consumidor de um pacote audiovisual que lhe é oferecido por uma mídia massiva. Esta condição não deixa de apontar para o modelo comunicacional um-todos, voltado para a transmissão, em que há um único emissor para vários receptores – típico dos meios de comunicação de massa. Analógica ou digital, a televisão tem se mostrado, desde o princípio da sua exploração, fortemente imbricada a um sistema comunicacional massivo, cuja emissão é centralizada, interessada em receptor passivo e não crítico.

Nesta perspectiva, apresentei um breve trajeto histórico do desenvolvimento da TV. Com esta abordagem, quis demonstrar que o percurso traçado pelos gestores durante a implantação deste meio de comunicação no Brasil, baseado nos moldes dos Estados Unidos, convergiu para um modelo de televisão massivo e unidirecional. A TV que conquistou os brasileiros há décadas busca impor tendências de consumo e comportamento e forja

artifícios para simular a interação com o público. Entretanto, durante todo este tempo, prevaleceu um padrão em que cabia ao telespectador assistir ao que lhe era oferecido, podendo, com o advento de instrumentos como o controle remoto e o videocassete, haver uma espécie de enfrentamento, um ensaio de libertação de uma grade de programação fixa. Se o videocassete tornou possível gravar um ou diversos programas para assisti-los no momento e na sequência que mais fosse conveniente, o controle remoto deu agilidade no trânsito entre canais, favorecendo o contato com diversas programações.

Desta maneira, neste capítulo, quis problematizar um aspecto da televisão tão criticado, mas que está no bojo da sua criação. A TV não se fez centralizadora ou voltada para a massificação de pensamentos e posturas. Ela esteve, sim, a serviço de pessoas que tinham este intuito. Constituída nos moldes de um meio massivo, a TV tradicional, tanto sob a produção e transmissão analógica quanto digital, foi levada a forjar um formato transmissivo de comunicação, que negligenciava o envolvimento do telespectador.

Com o propósito de identificar de que maneiras este modelo televisivo se aproximou e esteve ou não a serviço da educação, o próximo capítulo é dedicado a Televisão Educativa e sua conformação ao espaço acadêmico, sob a forma de TV Universitária. Entre o controle do governo e os usos feitos por alunos e professores, essa televisão ora se limita a exibição de conteúdos da educação forma, ora parece reproduzir padrões da tevê comercial, contudo floresce como campo propício à inovação e cidadania, uma vez que permite que as produções não estejam atreladas a regras fixas, limitadoras, e que os conteúdos sejam elaborados tendo como foco as necessidades e interesses do público.

3. TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA

Não bastava entreter e informar. De posse de um veículo de comunicação da proporção da TV, o governo enxergava muito mais ganhos pela frente, que iam além de interferir nos programas criados pelas emissoras às quais concedia licenças para exploração comercial da radiodifusão. A doutrina de centralização que vinha sendo imposta no país contribuiu para que se começasse a delinear o que viriam a ser as TVs voltadas para a educação.

Assim, o atual capítulo se inscreve no debate em torno do estabelecimento da TV Educativa no país com a intenção de discutir se essa TV, realmente, vem cumprindo o seu papel de levar para a população programas que, efetivamente, contribuam para aprendizagens relacionadas à construção de valores e saberes. Ou se, apesar de trazer uma roupagem mais específica para a formação popular, nem sempre esteve envolvida em iniciativas eficazes, que proporcionassem, de fato, um processo educativo. Nessa perspectiva, o argumento principal desenvolvido aqui é de que, mesmo quando voltada para o campo da educação, de maneira contraditória, a TV tradicional (analógica ou digital) mantém o seu caráter de mídia massiva, cerceando o envolvimento do telespectador.

A partir da década de 1960, período de regime militar, o Estado brasileiro passou a operar emissoras de TV com caráter educacional e cultural por meio da Radiobrás (Empresa Brasileira de Radiodifusão) e Sistema Brasileiro de TV Educativa. Havia um movimento envolvendo o governo militar que buscava caminhos que aproximassem a TV de um perfil mais direcionado à educação.

[...] primeiro, houve uma ofensiva internacional, liderada pela Unesco, pressionando pelo uso da TV para atender necessidades educacionais nos países em desenvolvimento; e, segundo, como resultado do processo acelerado de industrialização, o país necessitava de rapidamente preparar mão de obra apropriada (JAMBEIRO, 2002, p. 122).

A televisão brasileira, explorada sob os mesmos moldes da TV nos Estados Unidos, desde o seu início esteve interessada no mercado consumidor, deixando, então, uma lacuna que precisava ser preenchida por uma programação que tivesse maiores implicações sociais. Assim, importa destacar que um tríplice aspecto movia a iniciativa militar em direção às TVs Educativas: a popularização dos aparelhos de TV – já presentes em um considerável número de lares devido ao barateamento –, o interesse pelas telecomunicações e a necessidade de levar educação até o povo. Não uma educação que proporcionasse meios para o desenvolvimento e autonomia da população, mas um processo centralizador, de conteúdos, de ideias, de ações.

Nos anos 1960, com a América Latina dominada por ditaduras e com a indústria eletroeletrônica buscando novos mercados, a televisão “educativa” caiu como uma luva para os interesses de ditadores e industriais. Inicialmente ela concretiza o desejo de uma educação centralizada, com conteúdos elaborados no núcleo do poder instituído para todas as salas de aula, se possível sem nenhuma interferência, nem mesmo do professor. Aos outros, ampliava a fronteira comercial, com os governos assumindo o papel de grandes compradores das novas tecnologias (LEAL FILHO, 2006, p.166).

O fato é que, na maioria das vezes, essas produções televisivas voltadas para a educação estavam atreladas ao poder público e grupos políticos, como ressalta Jambeiro (2002), em análise do processo de implantação das TVs Educativas no país:

[...] a estrutura de programação das TVs brasileiras expressa as políticas do Estado brasileiro para os serviços de TV, historicamente submetidas aos interesses dos concessionários privados, com pouca ou nenhuma atenção com o interesse público (JAMBEIRO, 2002, p.126).

Conforme já foi discutido no capítulo anterior, durante o período do governo militar, além do aspecto ditatorial implícito, as Televisões Educativas¹¹¹, que traziam na sua proposta a intenção socioeducativa,

¹¹¹ Serviço de Radiodifusão destinado à transmissão de programas educativo-culturais, que visam promover a atuação em conjunto com os sistemas de ensino de qualquer nível ou

apresentavam produções em formatos pouco atraentes, incapazes de concorrer com a atenção que o público dispensava à TV comercial. O foco inicial era a transmissão de conteúdos escolares, sem grandes atrativos e distantes da dinâmica da linguagem televisiva que os telespectadores começavam a se familiarizar.

De acordo com Jambeiro (2002), de 1962 a 1964, foram transmitidas 262 horas de aula pela TV Rio para 5.000 estudantes distribuídos em 105 salas. Em São Paulo, em 1963, o governo criou o Serte – Serviço de Informação e Comunicação pelo Rádio e Televisão, que produzia e transmitia 10 horas de aulas por semana pela TV Cultura. Dois anos depois, a Serte passou a transmitir programas de arte, música, literatura infantil e treinamento de professores. Em 1966, já transmitia para 12 estados. Em 1964, o governo, finalmente, solicitou a reserva de canais para a TV educativa. No entanto, todo o processo era feito de maneira centralizadora, com determinações como a do Decreto 70.185, de 1972, que criou o Protel – Programa Nacional de Teleeducação –, com o objetivo de, entre outros itens, elaborar programas de rádio e TV para que fossem distribuídos em rede nacional.

Essa condução adotada pelo governo em relação às tevês educativas tornava delicada a relação do telespectador com o meio em ascensão, por não apresentar roupagens tão atraentes. Dessa forma, a brecha deixada pela fragilidade ou rigidez da programação das emissoras educativas ligadas ao governo foi sendo ocupada por produtos audiovisuais que nasceram dentro das universidades brasileiras, quase sempre vinculadas a cursos de Comunicação Social. São as TVs Universitárias que, de acordo com o atual presidente da ABTU (Associação Brasileira de Televisão Universitária), Cláudio Márcio

Magalhães¹¹², constituem-se em emissoras voltadas para o interesse social, a cultura, a educação e a cidadania.

Tais tevês universitárias se enquadram também na modalidade de televisões educativas¹¹³, mas, diferente destas, que quase sempre estão comprometidas com interesses políticos e governamentais, aquelas atuam com a autonomia que o ambiente acadêmico lhes confere. Pena (2001) defende que essa capacidade/possibilidade de se autogovernar das TVUs é um pilar fundamental da sua estrutura e vê como grande vantagem a possibilidade de contemplar a diversidade que esta autonomia proporciona, já que cada instituição de ensino faz uma leitura própria no que se refere aos meios mais adequados para a promoção da cidadania, fomentando a difusão de diversas visões sobre determinado tema.

No Brasil, a primeira experiência voltada para a TVU ocorreu em 1968, com a implantação da TV Universitária de Recife, na Universidade Federal de Pernambuco, que visava a promoção da educação formal, uma vez que mais da metade dos habitantes do país era composta de analfabetos e 50% dos brasileiros estavam em idade escolar. Mais ou menos na mesma época, mais algumas outorgas de canais educativos abertos foram concedidas a outras instituições de ensino superior, a maioria com programação vinculada à TV Educativa do Rio de Janeiro (da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto) e à TV Cultura de São Paulo (Fundação Padre Anchieta-Centro Paulista de Rádio e Televisão Educativa) Desta maneira, nos sete anos seguintes, surgiram mais oito emissoras educativas: TVE do Amazonas, TVE Ceará, TVE Espírito Santo, TVE do Maranhão, TVE do Rio de Janeiro, TVU do rio Grande do Norte, TVE do rio Grande do Sul e TV Cultura de São Paulo (FORT, 2005; PEIXOTO; PRIOLLI, 2004).

¹¹² Disponível em:

http://www.abtu.org.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=74%3Avt&catid=35%3Aboletim&Itemid=1&lang=br Acessado em: 07/11/11.

¹¹³ Podem pleitear a outorga para a execução de serviços de radiodifusão com fins exclusivamente educativos as pessoas jurídicas de direito público interno, inclusive universidades, que terão preferência para a obtenção da outorga, e fundações instituídas por particulares e demais universidades brasileiras. Disponível em: <http://www.mc.gov.br/radiodifusao/perguntas-frequentes> Acessado em 21/03/12.

Uma das justificativas para a criação da TV da UFPE foi o número de televisores residenciais no Nordeste: 200 mil. Esta TVU trazia como proposta uma programação que reunisse informação, cultura, lazer e educação – além de servir como laboratório para os estudantes de comunicação¹¹⁴. Levando em conta os argumentos para a concessão de um canal aberto para a TV da UFPE, assim como para as primeiras emissoras universitárias do país, podemos dizer que tanto a tevê da Universidade de Pernambuco, como as demais emissoras educativas brasileiras não se enquadravam no perfil de televisão universitária proposto pela ABTU, já que

Os primeiros decretos das décadas de 1960 e 1970 que regulavam o funcionamento das TVs educativas não permitiam que essas emissoras pudessem gerar programação local. A geração de conteúdo local só foi permitida muito recentemente no governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) (LOPES, 2008, p. 01).

Nessa perspectiva, considerando o que diz a ABTU sobre o que entende ser uma TV Universitária, podemos afirmar que são emissoras de TV cuja produção está necessariamente vinculada a

[...] Instituições de Ensino Superior que, obrigatoriamente, adotam uma pauta voltada à promoção da educação, cultura e cidadania, produzida pelos alunos, professores, funcionários, pesquisadores, convidados ou todos eles em conjunto. E que tenha o desejo de ser visto pelo maior número possível de pessoas. A importância de se levar a produção para fora das IES é crucial nesta visão. É a diferença da atividade acadêmica, restrita às salas de aula e aos laboratórios, que visam o cumprimento de metas curriculares e planejamentos pedagógicos. Fazer Televisão Universitária é, também, preocupar-se com quem está assistindo e não exatamente em avaliar quem produz. (MAGALHÃES, S/D, p. 2)

¹¹⁴ Fonte:

http://www.tvu.ufpe.br/index.php?option=com_content&view=article&id=108&Itemid=71

Acessado em 17/01/12.

Uma vez que, inicialmente, as tevês ditas universitárias não contavam com uma produção própria, eram obrigadas a retransmitir os programas da TV Cultura de São Paulo e da TV Educativa do Rio de Janeiro. O panorama proposto pela ABTU só se constituiu como realidade a partir de 1995, com a promulgação da Lei do Cabo (Lei 8977), que obrigou as operadoras de TV a cabo a ceder canais para uso público, como é o caso das universidades – esta ação levou ao aumento significativo do número de canais universitários. “Não um favor ou concessão das operadoras, mas uma conquista da comunidade acadêmica.”, reforça Magalhães (S/D, p. 01). Esta noção mais voltada para os ideais da ABTU começou a ser adotada pela TV Campus, da Universidade Federal de Santa Maria (RS), e pela TV da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004).

Magalhães (S/D) ressalta que, em uma TVU, conteúdo e forma têm o mesmo grau de importância, os formatos televisivos tradicionais dividem espaço com inovações e experimentações de linguagem e a ciência faz parte do cotidiano. Esta TV, de acordo com a ABTU, tanto pode ser veiculada por canais abertos, como pagos, circuitos internos de vídeo ou internet, contanto que visem o crescimento da audiência. Apesar de tantos benefícios que uma TVU apresenta, sua implantação e manutenção constituem entraves. Desde a concessão de um canal até a aquisição de equipamentos e o encaminhamento das produções diárias, tudo requer um investimento alto por parte das Instituições de Ensino Superior (IES) – o que nem sempre ocorre.

Atualmente, a quantidade de televisões universitárias tem aumentado de forma considerável no país, apontando para uma nova era no uso das tecnologias audiovisuais pelas IES. Este crescimento, no entanto, não vem acompanhado de soluções para problemas antigos que, ainda hoje, estão relacionados a esta modalidade de tevê, como a infraestrutura inadequada das universidades para comportar projetos desta natureza. Contudo, como destaca Priolli (2004), a multiplicação das antenas das TVUs mostra o florescimento da cultura e da educação nas telas de televisão. O autor vai além em sua análise e ressalta que este panorama demonstra que antigos preconceitos contra a televisão têm sido derrubados, à medida que a universidade começa a dar

credibilidade ao potencial desta mídia para a difusão de informação, cultura, educação e cidadania.

A mesma universidade brasileira, que levou quase 20 anos para admitir que a televisão podia ser um objeto sério de pesquisa acadêmica (a TV surgiu no país em 1950 e apenas no final dos anos 1960 apareceram os primeiros estudos sobre ela, no campo da sociologia e da comunicação), agora dá um grande salto em seu processo de compreensão do fenômeno televisual e se põe, ela mesma, a fazer TV. (PRIOLLI, 2004, p. 6)

Esta postura de reconhecimento da TV como importante meio de comunicação e a busca pela aproximação deste veículo com o ambiente acadêmico reforçam consideravelmente a importância de uma mídia que traz consigo a capacidade de alcançar facilmente a atenção e compreensão das pessoas, cujo aproveitamento só depende do uso que se faz dela. Porém, apesar do reconhecimento de sua importância para a estrutura da universidade, estas TVs enfrentam problemas com a veiculação de seu conteúdo. Talvez, por isso, a ABTU tenha ampliado as formas possíveis de transmissão para que se considere uma produtora de conteúdo audiovisual como sendo uma TVU. De acordo com Magalhães (S/D), os produtos podem ser transmitidos tanto por canais de televisão, como por satélites, circuitos internos de vídeo ou pela internet, desde que visem o crescimento da audiência.

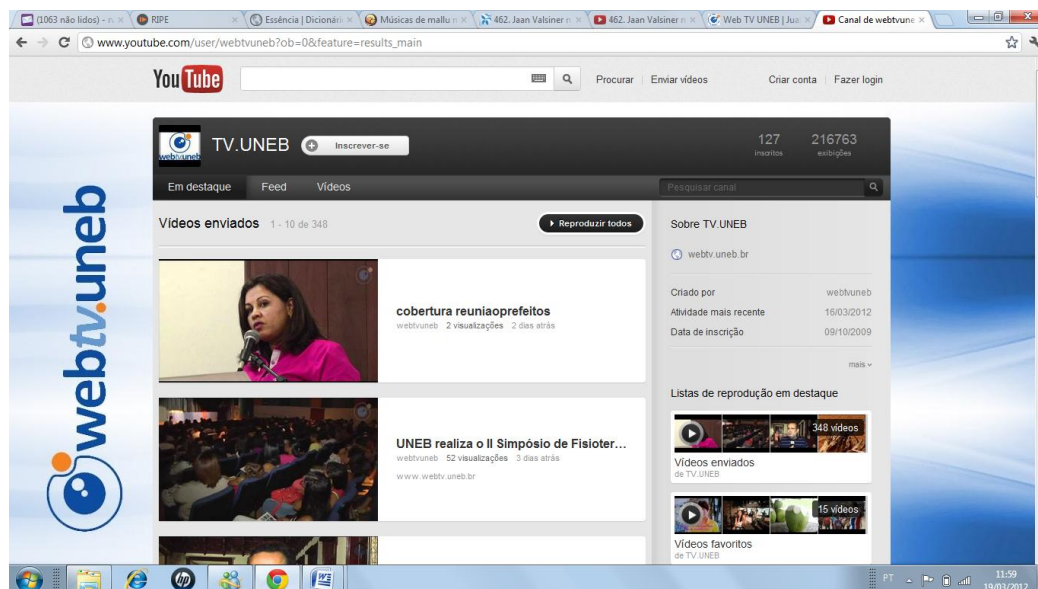
Com esta ampliação, fica claro que, para a ABTU, a plataforma que serve de suporte para a exibição do audiovisual das TVs Universitárias é o menos importante, interessa que esta produção chegue até o seu público, colaborando para o desenvolvimento da região onde esteja inserida a TV. Desta maneira, o aproveitamento dos benefícios proporcionados pela rede mundial de computadores parece evidente. Ainda que esteja limitado a quem tem acesso a computadores ligados à internet, já atinge um público relevante em um meio com enorme potencial de propagação.

Diante dos ganhos em qualidade proporcionados pelo incentivo à autonomia do estudante e do perfil dos produtores (essencialmente professores do Curso de Comunicação e seus alunos), é que chamo a atenção aqui para os prováveis benefícios que poderão vir a efeito a partir da ampliação do uso da *web* como plataforma para distribuição do audiovisual elaborado por TVs Universitárias.

Ao citar a divulgação maior que a *web* pode gerar a estes projetos de extensão universitária, saliento três eixos que se complementam neste processo: a difusão do conhecimento, com a possibilidade de fluxo dos materiais audiovisuais produzidos, que se constitui como grande entrave para os integrantes do projeto; a intensificação da aprendizagem colaborativa e o exercício da aprendizagem informal.

3.1 ALGUMAS EXPERIÊNCIAS

Com a intenção de identificar como as TV Universitárias estão se estruturando atualmente, realizei um levantamento na internet em busca destas experiências em torno do audiovisual universitário. Para ilustrar a discussão sobre TV na *web*, que avançaremos no próximo capítulo, trago aqui alguns exemplos de iniciativas encontradas na ciberespaço. A descrição de cada um desses projetos se baseiu em informações disponíveis nos próprios sites.

Figura 03 - Canal da WebTV.UNEB no YouTube¹¹⁵

WebTV.UNEB: Integra a Assessoria de Comunicação (Ascom) da Universidade Estadual da Bahia, defende o diálogo entre a comunidade acadêmica e com a sociedade, por meio de programação variada que valorize a educação, a ética e a cidadania. No momento da visita, contava com 216.763 exibições de sua página, criada em 2009.

¹¹⁵ Disponível em: http://www.youtube.com/user/webtvuneb?ob=0&feature=results_main
Acessado em: 19/03/12.

Figura 04 - WebTV.UNEB NO SITE DA UNIVERSIDADE¹¹⁶



WebTV.UNEB: A webTV.UNEB está disponível também no site da Universidade do Estado da Bahia.

Figura 05 – NÚCLEO JUAZEIRO DA WebTV.UNEB¹¹⁷

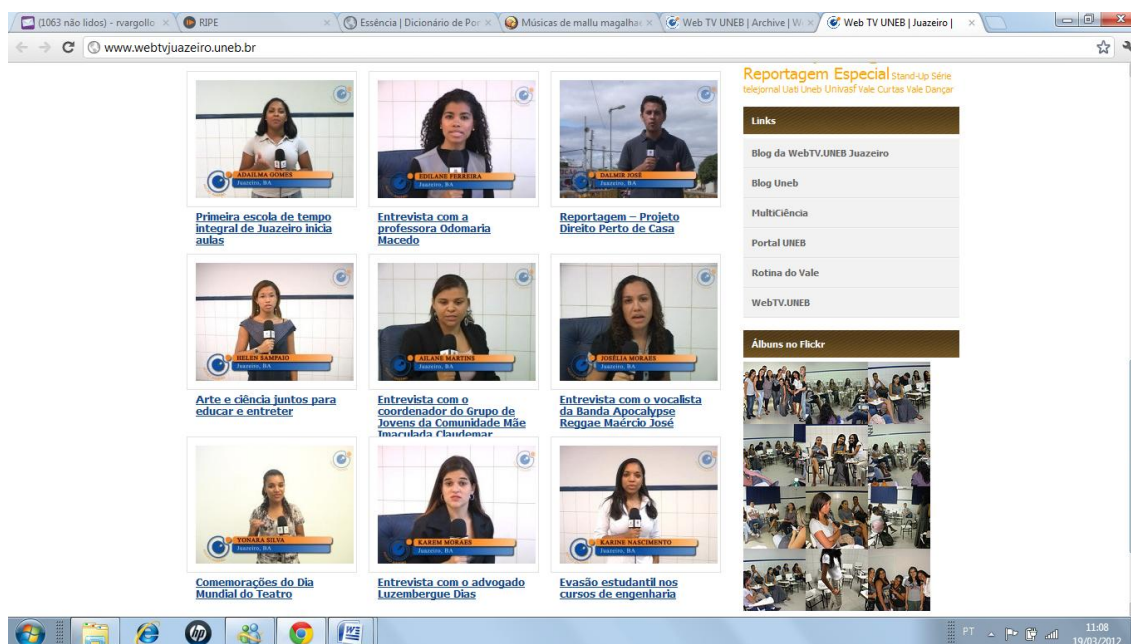


¹¹⁶ Fonte: <http://www.webtv.uneb.br/> Acessado em 19/03/12.

¹¹⁷ Disponível em: <http://www.webtvjuazeiro.uneb.br/> Acessado em 19/03/12.

WebTV.UNEB (Núcleo Juazeiro): O projeto desenvolvido pela Universidade do Estado da Bahia disponibiliza materiais realizados na cidade de Juazeiro (BA), produzidos com a participação de estudantes do Curso de Comunicação oferecido pela UNEB naquela localidade.

Figura 06 – POSTAGENS DO NÚCLEO JUAZEIRO DA WebTV.UNEB



WebTV.UNEB (Núcleo Juazeiro): Destaco como relevante neste trabalho a possibilidade de interiorização da programação, de mostrar o potencial e as fragilidades de um lugar distante de grandes centros urbanos e também proporcionar visibilidade tanto para o Curso (e a Universidade), quanto para os estudantes.

Figura 07 – NÚCLEO CONCEIÇÃO DO COITÉ DA WebTV.UNEB¹¹⁸



WebTV.UNEB (Núcleo Conceição do Coité): Ainda de maneira sutil, a unidade do município de Conceição do Coité (BA) começa a integrar a WebTV.UNEB.

Figura 08 - TV UFBA¹¹⁹

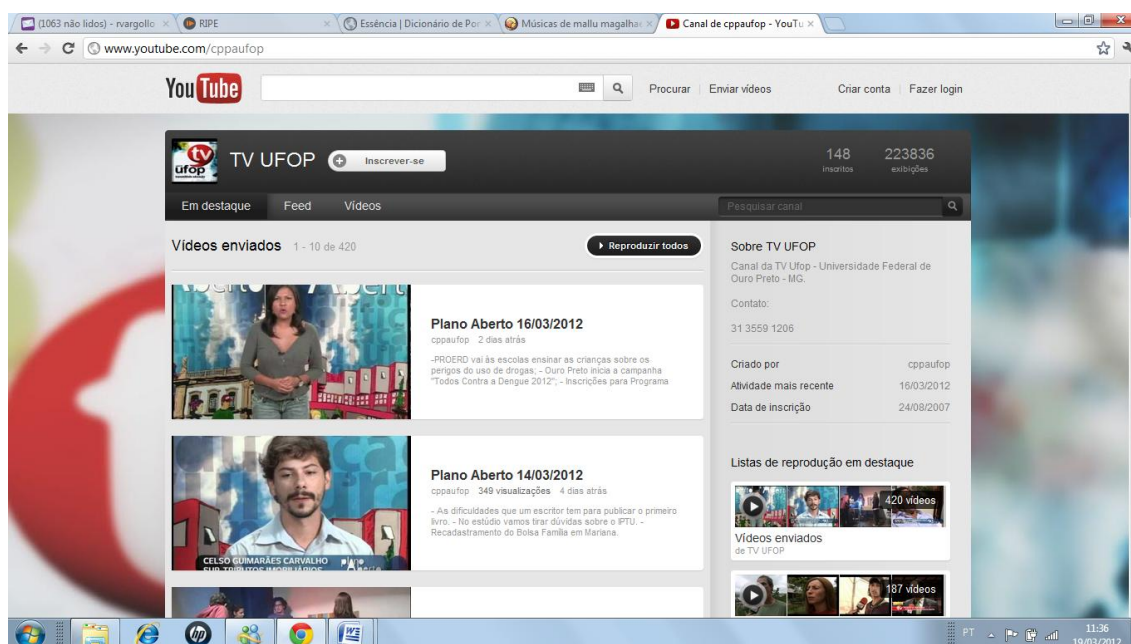


¹¹⁸ Disponível em: <http://www.webtv.uneb.br/?p=2714> Acessado em 19/03/12.

¹¹⁹ Disponível em: <http://www2.tv.ufba.br/> Acessado em: 19/03/12.

TV UFBA: Este projeto apresenta como missão a promoção do debate e o aprofundamento relativo a temas que normalmente não são abordados pela chamada grande mídia, assegurando a reflexão crítica relacionada ao contexto social em que está inserida. A TV UFBA tem como objetivos promover a integração entre comunidade estudantil, docentes, servidores e a sociedade; fomentar a democratização da informação e do conhecimento, além de divulgar a pluralidade das fontes de produção cultural. A interface da página desta TV não permite que se veja o número de acessos. Os vídeos são disponibilizados no YouTube, mas não se criou um canal neste *site* de compartilhamento. Por essa razão, é possível que se veja o número de acesso de cada vídeo, mas não do canal.

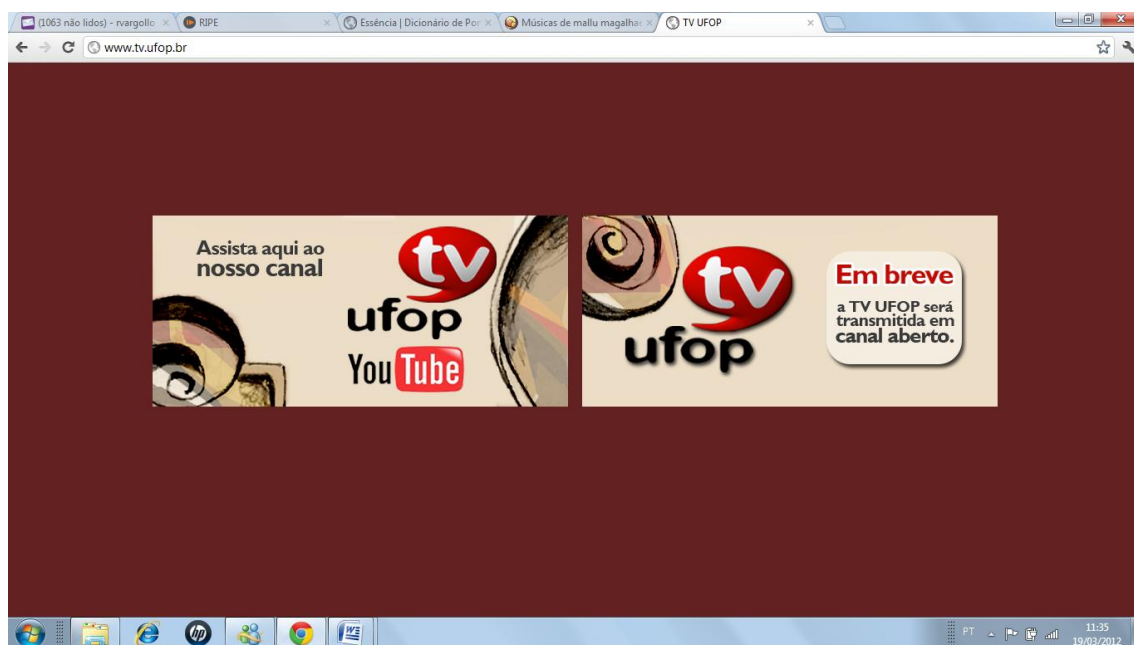
Figura 09 - Canal da TV UFOP no YouTube¹²⁰



TV UFOP: O Canal da Universidade Federal de Ouro Preto (MG) foi criado em 2007. Registrava 223.836 exibições até o momento do acesso para esta pesquisa.

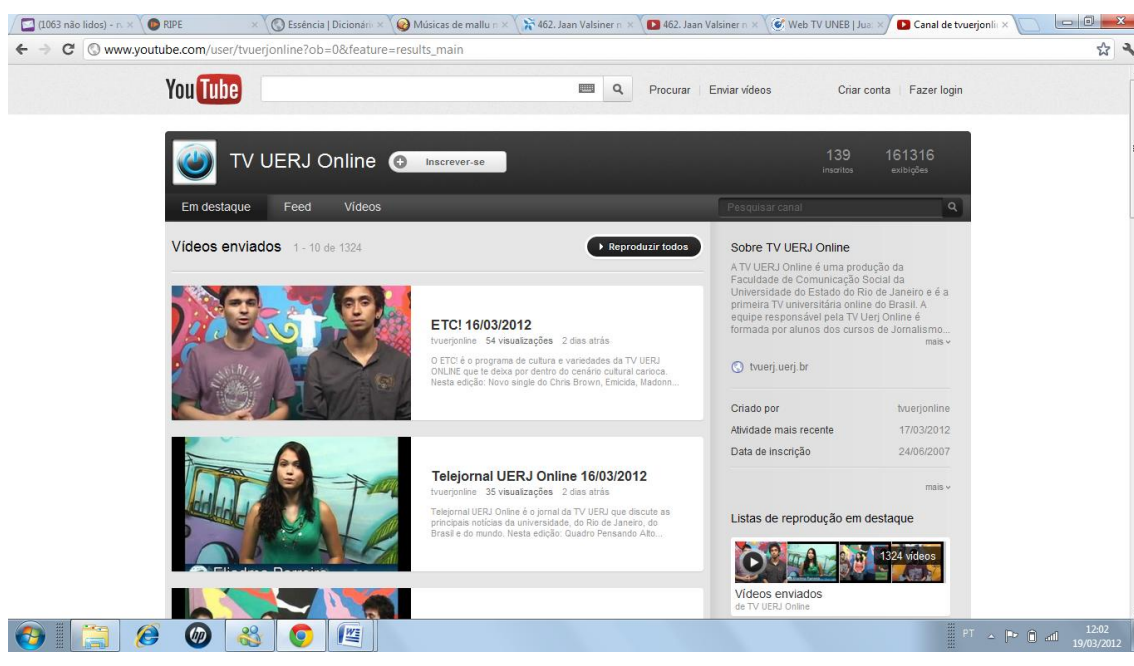
¹²⁰ Disponível em: <http://www.youtube.com/coppaufop> Acessado em: 19/03/12.

Figura 10 – Aviso colocado pela TV UFOP no YouTube ¹²¹



TV UFOP: Este aviso colocado pela TV UFOP na página de entrada do seu canal no YouTube representa o anseio de grande parte dos realizadores envolvidos em projetos de TV Universitária, pois a transmissão em canal aberto significa ampliar e popularizar o público, intensificando a extensão universitária.

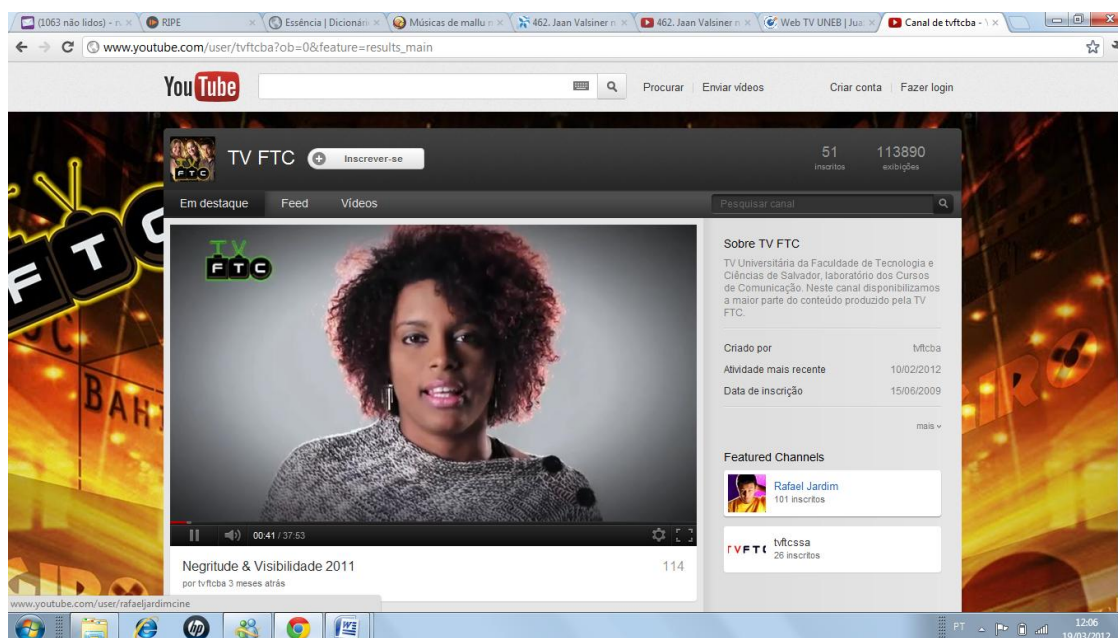
Figura 11 - Canal da TV UERJ no YouTube ¹²²



¹²¹ Disponível em: <http://www.tv.ufop.br/> Acessado em: 19/03/2012.

TV UERJ Online: A TV UERJ Online é uma produção da Faculdade de Comunicação Social, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Criada em 2007, foi a primeira TV universitária do Brasil a estar disponível para acesso imediato a uma página da internet. A equipe responsável pela TV UERJ Online é formada por alunos dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social. No momento da visita para esta pesquisa, o canal registrava 161.316 exibições.

Figura 12 - Canal da TV FTC no YouTube ¹²³



TV FTC: A TV FTC – TV Universitária da Faculdade de Tecnologia e Ciências de Salvador – é usada como laboratório para os alunos dos Cursos de Comunicação. O canal, criado em 2009, registrava 113.890 exibições quando visitado para este levantamento de dados.

¹²² Disponível em: http://www.youtube.com/user/tvuerjonline?ob=0&feature=results_main
Acessado em: 19/03/12.

¹²³ Disponível em: http://www.youtube.com/user/tvftcba?ob=0&feature=results_main Acessado em: 19/03/12.

Figura 13 - Canal da TV USP no YouTube ¹²⁴



TV USP: O canal da TV USP no YouTube foi criado em 2010 e contava com 24.815 acessos no dia em que foi acessado para o levantamento de dados desta pesquisa.

É possível perceber um movimento das TVs Universitárias em direção à *web*. Mesmo as mais tradicionais e estabelecidas no setor, como a TV USP, expandiram suas ações para a internet. Outras, foram criadas tendo como primeira plataforma a *web*, como é o caso da TV UERJ. Entendo este movimento como importante, pois contribui para que as tevês das universidades extrapolem os limites dos muros das instituições de ensino, cheguem até o público, se tornem conhecidas e reconhecidas. Muitas vezes, por conta da situação precária e experimental, projetos desta categoria enfrentam dificuldades de difusão até mesmo no próprio espaço acadêmico. Além disso, se as produções têm como objetivo contribuir para o desenvolvimento social de forma ampla, não faz sentido que não obtenha êxito na exibição desses vídeos.

¹²⁴ Disponível em: <http://www.youtube.com/user/TVUSPonline/featured> Acessado em 19/03/12.

Outra razão para se valorizar as constituições de TVUs está no fato de que as propostas da Radiobrás – como nos mostra Jambeiro (2002) – e do Sistema Brasileiro de TV Educativa deram errado no que tange à questão da gestão financeira e da produção de programas que atraíssem o interesse do telespectador.

A Radiobrás falhou completamente, tanto em termos operacionais como financeiros. Em razão disto suas concessões foram repassadas para outros concessionários, ficando apenas a TV Nacional de Brasília e o equipamento de rádio para emissão internacional (JAMBEIRO, 2002, p. 122).

As emissoras não-comerciais chegaram ao final do século XX enfrentando extremas dificuldades, lutando para permanecer no mercado por conta da crise financeira que enfrentavam e ainda em razão de um dilema que envolvia a sua sobrevivência: “[...] descobrir o que devem fazer para justificar sua existência, após terem estado gastando dinheiro e acumulando tantos fracassos” (JAMBEIRO, 2002, p.125). Os investimentos em criação televisiva são extremamente altos, desde os custos com equipamentos, produções e pessoal, até com a transmissão em si. Justificar o gasto de dinheiro público em um negócio sem retorno, com registros de baixa audiência e uma programação desestimuladora tornava-se um desafio.

De acordo com Leal Filho (2006), o modelo de TV educativa brasileiro foi imposto sem críticas que o avaliassem, impedindo um debate sobre que programação se adequaria ao ensino. No início, foi descartado o formato comercial, optando-se pela transmissão de aulas, devido à limitação de recursos. Progressivamente, atingiu-se o extremo oposto, ganhando dinâmica, ao incorporar os recursos de linguagem da TV comercial. Entretanto, com esta incorporação tornou-se superficial, saindo de uma extremidade a outra, ignorando uma posição que lhe garantisse equilíbrio.

Parece evidente que, mesmo oferecendo oportunidades voltadas para a educação, como é o caso da veiculação de programas como o Telecurso (da Fundação Roberto Marinho) ou de programações como a do Canal Futura, a

TV analógica não consegue se desvencilhar do forte caráter massivo, unidirecional. Até mesmo as TVs Educativas se instituem no mercado ancoradas no sistema tradicional vigente. Isso é dito não desmerecendo ou desvalorizando tais iniciativas, muito pelo contrário, mas para ressaltar que neste modelo de TV a predominância é por uma emissão de informações de maneira centralizada, sustentada em um emissor para vários receptores e, estes últimos, por sua vez, são tratados como passivos e não críticos.

As mensagens são produzidas por um grupo de indivíduos e transmitidas para outros situados em circunstâncias espaciais e temporais muito diferentes das encontradas no contexto original de produção. Por isso os receptores das mensagens da mídia não são parceiros de um processo de intercâmbio comunicativo recíproco, mas participantes de um processo estruturado de transmissão simbólica (THOMPSON, 2008, p. 31).

Dessa maneira, mesmo quando a serviço de ações voltadas para a educação, a televisão permaneceu atrelada ao estabelecimento de uma relação com o público que seguia em mão única, em que só as redes de TV tinham o poder de produzir, sem levar em consideração as necessidades ou desejos daqueles que iriam assistir a suas produções.

Uma TV Universitária precisa ir além. Ambiente primordial para a experimentação nas criações televisivas, deve estar aberta aos hibridismos de linguagens, às tentativas em torno de novas estéticas, à influência e participação dos jovens. A conexão entre os públicos pertencentes à comunidade acadêmica e ao seu entorno deve nortear os debates que esta modalidade televisiva propõe e as temáticas não podem perder de vista os assuntos negados pela mídia tradicional. As TVUs trazem no seu bojo a proposta de democratização da TV e de defesa da pluralidade cultural.

Por isso,

[...] a promoção da cidadania depende fundamentalmente da discussão estética que apresentamos, para que haja participação plural e democrática no veículo. É preciso que os estatutos das diversas tevês universitárias do país contemplem mecanismos que garantam a pluralidade, já que a própria lei é falha neste aspecto ao não considerar os centros universitários e as faculdades isoladas como constituintes dos canais universitários (PENA , 2001).

Assim, este capítulo propôs a discussão em torno do papel das TVs Universitárias e do avanço que podem representar no panorama das TVs não-comerciais, em virtude da fragilidade das TVs Educativas, devido ao vínculo que estas últimas mantêm com o governo e diante da situação de autonomia criativa que as emissoras universitárias podem desfrutar – desde que não se tornem, por sua vez, porta-vozes da administração das universidades, atuando como veículos institucionais e não experimentais. Por essa razão, torna-se fundamental a postura de compromisso ético e independência produtiva dos gestores das televisões vinculadas a instituições de ensino, para que lhes seja respeitado o compromisso com a cidadania.

Soma-se à potencialidade latente na TV Universitária um aspecto que parece inato à televisão: a sua capacidade de transformação constante. Neste novo milênio, ela nos apresenta indícios de um meio de comunicação, finalmente, à disposição dos indivíduos. Assim, acredito que compreender o processo de criação, desenvolvimento e expansão da tevê e seus desdobramentos seja imprescindível para que, de maneira eficaz, sejam explorados os benefícios proporcionados pelas novas configurações apresentadas por esta mídia. Diante disso, no próximo capítulo, apresento a discussão da TV na *web* como um meio pós-massivo e as implicações que decorrem deste quadro. Surge, então, um novo panorama que nos leva a pensar sobre as aprendizagens possíveis que despontam dessa outra estrutura.

4. A CULTURA DE PARTICIPAÇÃO E A TELEVISÃO NA *WEB*

A criação de um sistema baseado na linguagem binária para a produção e transmissão de conteúdos audiovisuais, ao mesmo tempo que deu forma ao projeto de estruturação da TV digital, possibilitou também a convergência entre diferentes meios de comunicação, criando as bases para a disseminação de programas televisivos, de maneiras diversas, na internet. Refletir acerca da composição deste novo perfil de televisão, característico da era digital, perpassa o objetivo central deste capítulo, uma vez que se pretende, aqui, investigar de que maneira esta modalidade de TV é utilizada como espaço para difusão de produtos audiovisuais e analisar o seu potencial como estruturante de novas educações, a partir da apropriação da sua linguagem por estudantes.

É importante destacar que esta disseminação de imagens e sons produzidos pela TV através da rede mundial de computadores recebe, ainda hoje, várias denominações – *Web TV*, *TV na web*, *TV web*, *TV na internet*, *TV online* – e diferentes definições, demonstrando a dificuldade enfrentada pelos estudiosos para atribuir um único nome e um conceito fechado a um campo de estudo e práticas bastante recente, sob o ponto de vista da produção de conhecimento.

Dessa forma, este capítulo tem como argumento principal a concepção de que as engrenagens envolvidas no desenvolvimento e implantação da televisão forjaram um meio de comunicação interessado no potencial de consumo dos sujeitos e não na constituição de uma mídia voltada para a autonomia, colaboração e participação, como tem se percebido na *TV na web*. Desta maneira, quero demonstrar que, à medida que a tevê se aproxima de um modelo comunicacional pós-massivo, possibilitada pela sua associação com a internet, ela se põe mais à disposição das pessoas e de projetos da natureza da TV UESC, que é o campo desta pesquisa.

No intuito de atingir os objetivos propostos, este capítulo está dividido em quatro partes. Na primeira, foi analisada a conformação da cultura digital e da cibercultura, culturas construídas a partir do advento das tecnologias da

informação e comunicação (TIC), discorrendo sobre as especificidades de cada uma delas, e como a televisão e o telespectador passaram por transformações a partir deste contexto. A realização desta análise teve como finalidade mostrar que o horizonte contemporâneo da TV aponta para novas possibilidades de construção do conhecimento e ressaltar a necessidade de que o campo da educação esteja próximo deste ambiente digital. No segundo momento, foi elaborada uma discussão sobre o que vem a ser a TV na *web* e como a televisão se desenvolveu nesse sentido. Em seguida, a terceira parte trata da TV Universitária na *web*, propondo a reflexão sobre como a aproximação da internet pode representar uma oportunidade de difusão para o audiovisual de TVUs. Por fim, na quarta parte, procurei debater sobre o que vem a ser a geração que atingiu a juventude imersa na cultural digital e um conhecimento ou uma propensa habilidade que, muitas vezes, estes jovens trazem para atuar, de modo positivo, na elaboração de conteúdos para a *web*.

4.1 TELEVISÃO, CULTURA E MUNDO DIGITAL

Depois das inovações trazidas pela TV, foi o advento das tecnologias digitais que provocou uma grande revolução nos modos de comunicação, produção e criação humanos. O surgimento destas tecnologias deu origem a um movimento de âmbito mundial que refletiu na economia, na educação, na cultura. A tecnologia digital alterou, de forma profunda, os hábitos dos indivíduos, as relações, as formas de interação. Estas mudanças repercutiram de maneira direta na cultura, uma vez que podemos considerá-la como a parte do ambiente construído pelo homem – que inclui o legado humano maduro adquirido por meio do seu grupo pela aprendizagem consciente, ou por processos de condicionamento, entendidos aqui como técnicas, sociais ou institucionais, modos de crença e conduta (SANTAELLA, 2004). Fonseca e Couto (2005) ressaltam que esse crescimento exponencial das formas de comunicação ocorreu principalmente via computadores em rede.

Essa expansão ocorre sem delimitação de fronteiras, por diversos espaços, o que propicia trocas de informações e a emergência de diferentes relações sociais, que interligam realidades reais em virtuais. Isso altera significativamente o meio e favorece o surgimento de relações antes não estabelecidas que irão tecer uma complexa rede de possibilidades. O endereço dessa complexa rede é nomeado ciberespaço, que proporciona uma reconfiguração da noção de tempo, tornando-o instantâneo, e uma desmaterialização do espaço. No ciberespaço, as pessoas edificam interfaces imersas numa outra realidade, para se comunicar, relacionar e produzir saber, vindo a constituir o chamado mundo virtual (FONSECA; COUTO, 2005, p. 55).

No entanto, é importante esclarecer que um movimento anterior à digitalização já vinha abrindo espaço para as alterações que seriam implantadas pela cultura binária, baseada na combinação de zeros e uns. Este movimento – determinado pela explosão dos meios de reprodução técnico-industriais e que apresentou ao público o potencial do jornal, da fotografia e do cinema – foi responsável pelo surgimento da cultura de massa, que rompeu, de maneira drástica, a divisão entre cultura erudita e cultura popular. Para surgir e se firmar, a cultura de massa contou com a preponderância dos meios de difusão (rádio e TV), que misturou o que, antes, era restrito ao consumo de segmentos específicos, aproximando o que era de acesso à multidão ao que pertencia exclusivamente a uma elite.

Nos anos 1980, um reforço definitivo para este rompimento entre cultura erudita e popular seria trazido pelo advento de instrumentos como videocassetes, videogames, controle remoto, CDs, TV a cabo, fotocopiadoras – precipitando, assim, o fim desta divisão. Além disso, o crescimento do trânsito e dos hibridismos entre os meios de comunicação proporcionou a composição da chamada cultura das mídias¹²⁵, que dava início à possibilidade do consumidor escolher produtos simbólicos alternativos (SANTAELLA, 2004). Desta maneira, impulsionou um posicionamento de criação e difusão paralelo a um mercado dominante e estabelecido, que determinava – e ainda o faz, entretanto com cada vez menos preponderância – modas, comportamentos, costumes.

125 Santaella (2004) chama de cultura das mídias a cultura que emergiu no período de transição entre a cultura de massas e a cultura digital/cibercultura, em que surgiram processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais que, gradativamente, favoreceram o surgimento da cultura digital.

A digitalização dos processos de criação e distribuição de produtos levou o público ao primeiro plano dos debates sociais, uma vez que tornou possível a existência de um fluxo de informações paralelo, independente. Couto et al. (2008) lembram que as infinitas possibilidades de cultura e de mixagem entre culturas, a interatividade das mídias e destas com outros fatores viabilizados pelo digital tendem a tornar a cultura de massa uma entre outras, não deixando de existir, mas dividindo espaço com outras culturas. Contaminadas pelas novas mídias digitais, reforçam os autores, estes meios de comunicação social adquirem outros formatos, oferecem novas possibilidades, principalmente com a expansão da *Web 2.0*, das redes sociais interativas.

As tecnologias digitais tendem e devem converter a cultura de massa em cultura interativa, colaborativa, promovendo ampliações infinitas na circulação e criação de informações e conhecimentos. Um novo *Ethos*¹²⁶, o *Ethos da mediatização infocomunicacional* na era digital, acelera as mudanças sociais promovidas pela globalização da cultura digital e realiza criativamente novos modos de ser e viver (COUTO et al., 2008).

Nas mãos de quem antes apenas consumia o que os meios de comunicação ofereciam, as produções culturais, com o advento das tecnologias digitais, adquirem novas facetas, em um processo contínuo de transformação, que depende dos interesses e necessidades de cada um. Os anos 1990 trouxeram, desta forma, a popularização do computador, a digitalização das informações (texto, imagem e áudio), a compressão de dados e a convergência de mídias. Um terreno que fez nascer e florescer a cultura digital.

Diversos pesquisadores, como Palacios (2009), Santos (2009) e Santaella (2004), já se empenharam no trabalho de definir o que vem a ser a cultura digital. A acepção adotada neste trabalho segue o posicionamento de Manevy (2009), que percebe a cultura digital como um sistema de valores, de símbolos, de práticas e de atitudes, não uma tecnologia. De acordo com este

126 Os autores definem *Ethos* como sendo o conjunto de valores consagrados pela tradição cultural de um determinado povo.

autor, se considerarmos este sistema efetivamente como cultura e não como suporte, “[...] captamos a essência desta transformação, que é a cultura das redes, do compartilhamento, da criação coletiva, da convergência” (MANEVY, 2009, p. 35-36). Dessa forma, a comunicação deixa de ser exclusivamente no modelo um-todos, típica da cultura de massa, onde um único emissor – normalmente um grande veículo de mídia – propaga o mesmo conteúdo para um amplo público. A característica do processo comunicacional na era digital é o todos-todos, descentralizando o polo emissor e possibilitando que o fluxo de informações seja modelado e remodelado a partir das ações dos mais diversos atores.

Embora autores como Santaella (2004), Lemos (2009) e Silveira (2009) optem por considerar cultura digital e cibercultura como sinônimos, a opção desta pesquisa segue o posicionamento de Sampaio (2010), que ressalta que, embora uma esteja imbricada à outra, a conectividade em rede é condição básica para a existência da cibercultura, uma vez que seu horizonte técnico está fundamentado na comunicação comum a todos. Assim, embora uma esteja imbricada à outra, esta última carece de uma conectividade em rede. Como pontua Lévy (1999), a cibercultura é “[...] o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”(Lévy, 1999, p. 13) – expressão também conceituada pelo autor:

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é novo meio de comunicação que surge a partir da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam este universo (LÉVY, 1999, p.13).

Sendo assim, a existência da cibercultura está, sim, atrelada à internet e à proliferação de espaços na *web*. No entanto, é compreensível a postura de Lemos (2009), que justifica o tratamento de cultura digital e cibercultura como tendo o mesmo sentido, por serem “[...] nomes para a cultura contemporânea,

marcada a partir da década de 70 do século passado, pelo surgimento da microinformática”. De fato, ambas fazem parte do panorama que vem se desenrolando desde aquele momento e que tem ganhado força e importância. No entanto, o desenvolvimento da cultura digital é anterior ao implemento de redes de conexão. Computadores, *softwares* variados, aparelhos de captação de áudio e vídeo, dispositivos de manipulação e reprodução – independentes do ciberespaço – já faziam proliferar um modo diferente de comunicação. Contudo, como ressalta o próprio autor, o tom planetário destas práticas ganha maior expressão com a estruturação das redes.

Em 1977, quando a dupla Steve Jobs e Steve Wozniak criaram o Apple II¹²⁷, teve início o processo de popularização do computador pessoal, com um modelo de máquina bem semelhante a que usamos atualmente. Com equipamentos mais próximos dos sujeitos, vem a proliferação do movimento em torno da cultura digital. Era o desenrolar de profunda transformação social. Uma revolução marcada pela presença de jovens na liderança. Steve Jobs e Steve Wozniak (Apple), Bill Gates (Microsoft), Tim Berners-Lee (*World Wide Web*), Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes (Facebook) são exemplos de apenas alguns dos rapazes que, ainda na universidade, se envolveram em criações que não só foram responsáveis pela independência financeira deles, como foram marcantes para a disseminação da cultura digital e a imersão na cibercultura.

Lévy (1999) destaca que estas tecnologias nasceram do espírito de visionários e que estão impregnadas por seus primeiros usos e pelos projetos de seus criadores. O autor ressalta que é preciso reconhecer dois aspectos fundamentais atrelados a esta efervescência.

Em primeiro lugar, que o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, que estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós

127 Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Computador_pessoal Acessado em 29/07/11.

explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano (LÉVY, 1999, pág. 11).

Sobre cibercultura, Castells (2007) diz se tratar de um novo sistema de comunicação, dotado de uma língua universal digital, que, ao mesmo tempo, globaliza a produção e disseminação de palavras, sons e imagens inerentes à nossa cultura e personalizados de acordo com as identidades e humores dos indivíduos. As redes de comunicação, segundo o autor, ao fazer florescer novas formas e canais de comunicação, moldam nossa vida e são moldadas pelos nossos usos e perspectivas. Isso mostra que, mesmo que o acesso à rede mundial de computadores ainda esteja restrito a uma pequena parcela da população, os indivíduos buscam, progressivamente, a exploração e a apropriação dos recursos tecnológicos oriundos da digitalização.

Com base no pressuposto de Castells (1999, p. 25) de que “a tecnologia é a sociedade e a sociedade não pode ser entendida sem suas ferramentas tecnológicas”, compreende-se que a evolução dos meios de comunicação interfere tanto na economia, quanto na geopolítica mundial, gerando um novo modo de produzir, de se comunicar, de lidar com gerenciamentos e de viver. Assim, é fundamental que educadores se aproximem de forma crítica dos debates e estruturas das culturas que surgem com a digitalização, para que possam implementar, nas instituições onde atuam, novas maneiras de construir conhecimentos, de acordo com as potencialidades possíveis no panorama contemporâneo e em consonância com os jovens que ingressam em cursos de nível superior.

É imperioso levar em conta que uma parte considerável destes estudantes, embora se diferenciem quanto às suas origens sociais e econômicas, traz como potencial uma familiaridade com a cultura digital capaz de imprimir nos meios de comunicação novos elementos e facetas que os tornam mais condizentes com o momento em que vivemos. Um exemplo é a desenvoltura com que estes jovens transitam entre as redes sociais e o quanto este tipo de *site* tem crescido devido à participação, principalmente, de jovens de várias partes do globo. Estes sujeitos constituem o que Tapscott (1999)

chamou de Geração Digital. Sobre o diferencial que estes indivíduos trazem e as maneiras como estas habilidades podem influenciar positivamente na constituição de uma TV na *web* tratarei no final deste capítulo. Vamos antes, discutir sobre o que vem a ser a televisão na *web*.

4.2 A TV NA WEB

O primeiro termo usado para designar a associação entre computadores, internet e mídias foi *Web TV*. Este termo foi adotado pela primeira vez, em 1997, pela Microsoft, quando esta empresa, líder no mercado internacional de tecnologia e informática, conduziu uma experiência mal sucedida com transmissão de vídeo por meio da internet. Naquele momento, o entrave era a qualidade da imagem que não atraía interessados neste tipo de recepção (CASTELLS, 2003).

Desde então, diversos autores – Brittos; Bittencourt (2009), Cerqueira (2009), Bonfanti; Freire (S/D), Oliveira; Rodrigues (2000) – tentaram (re) nomear e também definir o que vem a ser este padrão televisivo que consiste no uso da estrutura da internet para a transmissão de audiovisual. De uma forma geral, suas concepções acerca deste modelo de TV diferem em virtude dos elementos que levam em consideração nesta tentativa.

O principal destes elementos é a forma prevista para distribuir a programação. Neste sentido, Cannito (2010) propõe que, além de observar se a produção é profissional ou realizada por amadores, também é fundamental que se identifique se a exibição é feita em fluxo ou acumulada em arquivos. Segundo o autor, o conteúdo em fluxo aproxima a experiência televisiva na *web* daquela que o telespectador já vem mantendo com o aparelho de TV tradicional. Os programas são transmitidos até o momento em que o monitor seja desligado, ou aconteça mudança de *site* ou mesmo de canal. Quando a programação fica disponível em arquivos, cada um assiste ao que quiser, na hora e sequência que preferir. Esta alternativa, além de fornecer ao espectador

a chance de montar uma programação própria, requer que ele se envolva mais com o que está assistindo, assumindo uma postura mais ativa.

Cerqueira (2009) destaca que, em decorrência da viabilidade de distribuição de vídeo digital na *web*, o termo *web TV* foi popularizado, recebendo variadas conotações, e, com isso, o seu conceito tem se mostrado confuso, tratando desde o simples compartilhamento de vídeos, até quando a distribuição é mais densa e organizada, com uma programação.

Em linhas gerais, os conceitos de *WebTV* abrangem a distribuição de conteúdo audiovisual usando a *web* como plataforma. Neste contexto, é possível estabelecer configurações distintas de *webtv* em função dos aspectos como: natureza do produtor e da programação; tecnologia de distribuição, transmissão ao vivo etc. Assim, uma *webtv* pode constituir um espaço para conteúdo transmitido por emissoras tradicionais, como também de registros produzidos por usuários comuns. É neste amplo espectro de configurações que surgem uma gama de denominações, a exemplo de TVWeb, Televisão na Internet etc. (CERQUEIRA, 2009, p. 4-5)

Diante de tantas formas diferentes para tentar exprimir a mesma ideia, preferi adotar a designação TV na *web*. A escolha foi feita levando em consideração que a *www* (*world wide web*), criada pelo programador inglês Tim Berners-Lee, em 1990, é a aplicação de compartilhamento de informação que dá vida à internet. Castells (2003) lembra que Berners-Lee construiu um programa navegador¹²⁸/editor¹²⁹ ao qual chamou de hipertexto¹³⁰ de *world wide web*, a rede mundial – o *software* permitiu obter e enviar dados de e para qualquer computador que esteja conectado à internet. Considerando que a internet é a estrutura física que interliga os computadores em rede e que o que caracteriza uma transmissão televisiva é a sua programação (conteúdo), só viável entre computadores com o advento da *web*, entendo que a designação TV na *web* é a mais adequada.

¹²⁸ Sistema que possibilita ao internauta transitar pelas páginas de conteúdo.

¹²⁹ Sistema que permite ao indivíduo criar páginas com conteúdo.

¹³⁰ Conteúdo em formato digital acessado por meio de hiperlinks, palavras destacadas no corpo de um texto que levam o internauta à nova informação.

Diante do potencial desta nova plataforma para a televisão, a fim de elencar as características da TV na *web* no contexto desta pesquisa, opto por considerar dois principais elementos: o primeiro é a exibição proporcionada pela internet; o segundo, a existência de uma programação que identifique a TV. Com estas duas variáveis, aproximo-me da aceção proposta por Bonfanti e Freire, segundo a qual

Podemos considerar como WebTV, todo e qualquer conteúdo visual (vídeo) ou audiovisual (áudio e vídeo) assistido principalmente pelo computador e que consegue gerar a partir de transmissões ao vivo ou de vídeos para download, uma programação própria. (BONFANTI; FREIRE, s.d. p. 37)

Com base nestes elementos escolhidos, alguns modelos se apresentam, atualmente, no mercado, oferecendo produção/material que se encaixa no que se compreende aqui como TV na *web*. Até o momento, o YouTube¹³¹ tem se mostrado o principal deles. Este *site* – criado, em 2005, pelos jovens americanos Chad Hurley e Steve Chen, como alternativa para um problema particular de compartilhamento de arquivos audiovisuais – permite a postagem de vídeos pelos usuários que variam desde materiais caseiros, episódios/trechos de programas da TV convencional, até materiais de produtores que buscam alternativa de distribuição. O *site* rapidamente atraiu a atenção dos internautas¹³². Em menos de um ano, com 72 milhões de visitas diárias, o YouTube já estava sendo comprado pelo Google¹³³ por US\$1,65 bilhão¹³⁴. O YouTube chegou a 2010 com a marca de cerca de 100 vídeos adicionados a cada dez segundos, estando entre os três maiores *sites* do

¹³¹ www.youtube.com

¹³² Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1306288-6174,00.html>
Acessado em 04/07/11.

¹³³ Multinacional voltada para serviços *online* e *softwares* – fundada, em 1998, por Larry Page e Sergey Brin, estudantes da Universidade de Stanford, nos Estados Unidos –, inicialmente se consagrou pela criação de um mecanismo de busca de *sites* na internet. Atualmente, é uma das maiores empresas do setor. Disponível em: <http://www.google.com/intl/pt-BR/corporate/index.html> Acessado em 05/07/11.

¹³⁴ Disponível em: http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/4430_O+QUE+O+GOOGLE+VIU+NO+YOU+TUBE
Acessado em 04/07/11.

planeta e atingindo o patamar dos dois bilhões de visualizações por dia¹³⁵. O que levou o YouTube a revolucionar também a forma como se assiste à TV? Foi justamente por tirar proveito das potencialidades da *Web 2.0* e possibilitar que qualquer pessoa possa fazer o mesmo.

Na proposta do YouTube, qualquer pessoa pode aproveitar o espaço da *web* para mostrar aos amigos momentos em família, brincadeiras das crianças, viagens, partes de programas da TV convencional, etc. Mas não é só isso. Este *site* abre para qualquer indivíduo, profissional ou amador, a oportunidade de criar seu próprio canal e organizar nele seus vídeos preferidos, montar uma programação, divulgar o que cria e ainda atuar como crítico, comentando os materiais postados pelos outros. O conteúdo do YouTube pode, facilmente, ser agregado a *blogs* e redes sociais, intensificando, assim, a sua disseminação. Apesar de tantas possibilidades, este modelo de TV na *web* traz como inconveniente para o público o fato de só permitir o *upload*¹³⁶ de vídeos com até 12 minutos. Entretanto, mesmo com esta restrição, uma estimativa indica que “algo em torno de 60% dos vídeos vistos na web o sejam pelo YouTube” (CANNITO, 2010, p. 98).

Na tentativa da concorrência de dividir o mercado com o YouTube, outros *sites* de carregamento e compartilhamento de vídeos foram surgindo. O Jalipo¹³⁷, um *site* criado em 2007, oferece conteúdo em fluxo, produzido por amadores, mas, principalmente, por profissionais de emissoras de TV convencionais. O Joost¹³⁸ é um projeto do sueco Niklas Zennström e do dinamarquês Janus Friis – os mesmos que revolucionaram a indústria fonográfica com o KaZaA, programa voltado para o compartilhamento de música, e com o Skype, programa que possibilita usar o computador como um telefone, só que a um custo bem inferior que o das ligações tradicionais.

¹³⁵ Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/5810-o-youtube-em-numeros.htm> Acessado em 04/07/11.

¹³⁶ Transferência de arquivos de um computador para um *site* da internet.

¹³⁷ Disponível em <http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2007/04/16/295375347.asp> Acessado em 05/07/11.

¹³⁸ Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG76294-6012-455,00.html> Acessado em 04/07/11.

Com o Joost, lançado em 2007, a dupla Zennström-Friis conseguiu viabilizar a transmissão televisiva pela internet. No entanto, a opção dos criadores é pelo conteúdo das empresas de mídia. Desta forma, não abre espaço para inserção de produções do público, nem de profissionais independentes. As empresas de publicidade encontraram neste modelo um filão para a propaganda direta ao consumidor. A partir do cadastro preenchido pelo internauta no momento em que vai fazer o *download*¹³⁹ deste *software*, as empresas usam os dados para montar um perfil específico de cada consumidor (VIEIRA, 2007).

Enquanto a aposta do YouTube é a de tornar a experiência televisiva na internet bem próxima da navegação a qual as pessoas estão acostumadas, o Joost tenta chegar o mais próximo possível do padrão de TV que o público foi habituado a assistir desde o surgimento deste meio de comunicação. Cannito (2010) lembra que na interface do *site* do Joost há desde botão para mudança de canal e controle de volume até a definição prévia dos canais a serem assistidos. O indivíduo seleciona o que quer ver e aciona o *play*, que inicia o fluxo da programação – só interrompido quando o espectador desejar.

A opção por transmitir em fluxo também foi feita pela allTV. Pioneira na rede mundial de computadores, a emissora foi criada, em 2002, pelo jornalista Alberto Luchetti Neto¹⁴⁰. Da mesma forma distante do conceito de *web 2.0*, este modelo, como faz a allTV, traz também a busca de reproduzir ao máximo o padrão de TV tradicional, porém com uma estética própria, sem a rigidez dos roteiros e com apresentadores com falas mais descontraídas e muitos comentários. A programação, disponível 24 horas, é de autoria dos próprios profissionais da emissora, produtoras ou estúdios. Como divulga o *blog* da allTV¹⁴¹, sua missão é a de oferecer "Conteúdo de Jornal, Agilidade de Rádio, Imagem de TV e Interatividade de Internet", tendo como característica principal

¹³⁹ Baixar, salvar o programa no próprio computador.

¹⁴⁰ Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a-historia-da-alltv> Acessado em 05/07/11.

¹⁴¹ Disponível em: <http://www.blogger.com/profile/00956962890309412999> Acessado em 05/07/11.

a interatividade entre o público e os apresentadores. Para isso é oferecida uma sala de bate-papo durante a transmissão dos programas ao vivo.

Outras iniciativas de distribuição de produtos audiovisuais na internet são trazidas pelos próprios canais hegemônicos, como Rede Globo e TV Bandeirantes, que utilizam o espaço da *web* para disponibilizar parte de sua programação e materiais institucionais. Como vimos, mais um segmento ainda chama a atenção. É o composto por TVs Universitárias¹⁴², que traz como pioneira a TV UERJ Online¹⁴³. Nesta TV, embora sejam usados os recursos do YouTube, a interface¹⁴⁴ foi criada em um *site* próprio.

Concordo com a ideia de Canito de que, dentre todos estes modelos que se apresentam como TV na *web*, o que parece ter despontado com maior grau de inovação, imprimindo reflexos na maneira como se passou a consumir produtos audiovisuais, é o YouTube. De acordo com o autor,

O YouTube trabalha com o conceito de Web 2.0, que dá todo o poder à comunidade, permitindo aos usuários postar conteúdo próprio e definir os vídeos de sucesso. Já a allTV tentou reproduzir na *web* a programação tradicional de televisão, acrescentando apenas a possibilidade interativa. (CANNITO, 2010, p. 97)

A partir da argumentação de Cannito, é possível perceber que, na lógica da internet, o sucesso deixa de ser do produto imposto por quem tem recursos financeiros para arcar com a intensa divulgação. No YouTube, à medida que uma pessoa gosta de um vídeo, o indica para suas listas de contatos via *e-mail*, redes sociais (Orkut, Facebook, Twitter), posta em *blogs*... Enfim, a disseminação é rápida, direta e a aceitação do material é medida pelo número de visualizações que ele obtém e por quanto se passa a falar dele. Ver, rever,

¹⁴² TVs de Instituições de Ensino Superior (IES) que produzem conteúdo educativo e cultural. Disponível em: http://www.abtu.org.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=37&lang=br Acessado em 04/07/11.

¹⁴³ www.tvuerj.uerj.br

¹⁴⁴ Ambiente visual que torna possível ao internauta entrar em contato com o conteúdo usando o *mouse*.

indicar e comentar são, assim, características intrínsecas à televisão, independente de em qual suporte ela se apresente.

A TV na *web* traz ainda outros diferenciais que a fazem tão atraente para o espectador. A facilidade na busca do que assistir é um deles. É possível encontrar os conteúdos específicos que se queira ver. Como destacam Brittos e Bittencourt (2009), a navegação permite que se chegue, por exemplo, a um determinado conteúdo sobre culinária mais facilmente que pela TV convencional. Nesta última, a oferta de canais é em menor número e a programação em fluxo está presa à grade de exibição da emissora. Além disso, ainda associa-se a este modelo de TV a viabilidade de interação entre os sujeitos aliada ao baixo custo de produção e veiculação, ao fato de se ter acesso a um meio de alcance universal, com disponibilidade assíncrona (vídeo sob-demanda) e a um público segmentado (CERQUEIRA, 2009).

De acordo com Oliveira (2000), o requisito primordial de uma TV na *web* é a transparência, que faz com que quem assiste à TV via internet se concentre no computador e desvincule-se da ideia de que não se trata de um aparelho de TV. “Todos os processos que levam à visualização do canal de TV, como codificação/descodificação, envio/recepção e outros, têm de estar completamente camuflados para o utilizador final”. A intenção é que, independente da plataforma escolhida pelo espectador, o momento de recepção não passe por nenhum percalço. O autor acrescenta que, no que diz respeito à interatividade, a *web* pode oferecer bem mais possibilidades que um receptor de TV comum.

As críticas que, inicialmente, recaíam sobre a TV na *web* apontavam para a barreira imposta pela baixa velocidade de conexão de internet, já que os arquivos de vídeo demandavam por uma maior largura de banda¹⁴⁵ para serem exibidos sem travar ou sem a necessidade de esperar que eles carreguem no

¹⁴⁵ Largura de banda ou *bandwidth* (termo original em inglês) é a medida da capacidade de transmissão de um determinado meio, conexão ou rede, indicando a velocidade que os dados passam através desta rede específica. A largura de banda muitas vezes é responsável pela limitação da taxa de transmissão em sistemas de vídeo e comunicação de dados. Disponível em: <http://www.guiadocftv.com.br/modules/smartsection/item.php?itemid=14> Acessado em 08/07/11.

computador. Somava-se a isso a qualidade de imagem da *web* ser inferior à do aparelho televisor. Segundo Brittos e Bittencourt (2009) e Cerqueira (2009), estas razões dificultariam manter a atenção e o interesse do espectador. Por outro lado, Oliveira (2000) desconstrói este posicionamento ao dizer que “[...] as técnicas de compressão, assim como as de *streaming*, desenvolveram-se rapidamente graças à enorme difusão da Internet”, e associando tal evolução à criação de “melhores condições para a transmissão de imagem e som na Internet” (Oliveira, 2000, p.1). Com isso, as exibições têm sido mais ágeis. E ainda: a busca pela alta qualidade de imagem não parece ter sido a causa norteadora das visualizações de audiovisuais na internet, visto o sucesso que tem registrado o próprio YouTube.

Contudo, duas questões levantadas por Brittos e Bittencourt (2009) suscitam reflexão. A primeira diz respeito à democratização do acesso à internet – que requer computadores com preços compatíveis com o poder aquisitivo da população e banda larga¹⁴⁶ universalizada. A outra questão é o que estes autores chamam de “expansão quanti-qualitativa da educação tradicional-digital”, que implica na formação de “cidadãos cognitivamente aptos e motivados a buscar na internet conteúdos diferenciados, com relação ao modelo das indústrias culturais” (BRITTOS; BITTENCOURT, 2009). Uma vez que o hábito de assistir a audiovisual por meio da internet está vinculado à recepção em fluxo, o poder de escolha seria um entrave.

Em um país onde a maior parte da população ainda utiliza somente televisão aberta, essa passagem para um formato onde a grade de programação pode depender do usuário ainda causa estranhamento. É preciso que haja um processo de formação, para que os cidadãos sintam-se capacitados a optar (BRITTOS; BITTENCOURT, 2009).

Realmente, a educação é um problema que requer mobilização, pressão política por parte da população e ações efetivas do governo. Porém, sabemos de antemão que os resultados só serão obtidos a longo prazo, na medida em

¹⁴⁶ Referente à infraestrutura de tecnologia da informação, designa a conexão à internet com velocidade superior à considerada padrão (56 kbps - kilo/mil bit's por segundo).

que a velocidade com que as tecnologias da informação e comunicação evoluem é muito superior à expectativa de soluções para a situação diagnosticada. Enquanto isso, outra parcela da população que já tem acesso à internet, de certa forma, é capaz de exercer o seu direito de escolha e propor trilhas na rede, avançar, fazer novas descobertas e, mais que isso, atuar como agente catalisador de processos de integração, atraindo novos indivíduos para que possam também aproveitar os ganhos gerados pela possibilidade de navegação no ciberespaço.

Foi neste terreno de crescimento da internet que floresceu a TV na *web*, que reúne as inovações criativas no campo do audiovisual – viabilizadas pela digitalização dos processos de produção – à capacidade de difusão da internet¹⁴⁷. Seja por interesse das redes de TV já estruturadas comercialmente, seja por manifestação dos interagentes, proporcionada pelas ferramentas da *Web 2.0*, a TV ganha um novo território, agora no espaço virtual.

Este novo modelo de televisão é uma promessa da contemporaneidade, que congrega as potencialidades e facilidades de uso das plataformas de distribuição de vídeo na *web* – a um baixo custo, uma vez que *sítes* como o YouTube não cobram taxas a quem os usa –, as melhorias nas técnicas de compressão de áudio e vídeo – que viabilizam a visualização na internet –, e, principalmente, o acesso tanto para criação de um canal próprio, quanto para assistir a tais materiais a qualquer indivíduo. Assim, de fato, torna-se clara a emergência de outra relação entre sujeito e mídia. As mídias massivas cedem espaço para as pós-massivas. É possível perceber que tende a crescer a participação popular nos espaços da *web*. Como alertam Lemos e Lévy (2010), a expansão da internet leva à “liberação da palavra”.

147 Assim como Fragoso; Recuero; Amaral (2011), optei pela grafia do termo internet e *world wide web (web)* com iniciais minúsculas, por compreender que se tratam de substantivos comuns e não de nomes próprios. Nos casos de citação, foi mantida a grafia original, conforme entendimento de cada autor. Essa é a mesma compreensão de Tardin (2004), ao defender que a escrita da internet seja semelhante a de outros meios, como televisão, telefone, correio, revista e jornal. Esse também é um posicionamento do GEC – Grupo de Pesquisa Educação, Comunicação e Tecnologias (PRETTO, 2005). Vale ressaltar que foi no GEC que as principais ideias desta tese foram discutidas e gestadas.

A principal vantagem da Internet (composta tanto por funções massivas como pós-massivas) em relação às mídias da democracia midiática (função unicamente massiva) da segunda metade do século XX (imprensa, rádio e televisão) é que ela *permite a todos se expressarem* sem precisar passar pelo poder do jornalista ou de outro mediador. A máxima parece ser: libera-se a emissão, conecta-se a interesses comunitários e reconfigura-se a esfera pública. A esfera pública expande-se, diversifica-se, complica-se singularmente. Essa mutação da esfera pública constitui um dos fundamentos da ciberdemocracia. (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 88)

A televisão, ao ocupar o espaço da *web*, tende a incorporar as funções pós-massivas, permitindo que se alcance um dos princípios básicos da paisagem comunicacional contemporânea: a liberação do polo emissor e “da palavra em seu sentido mais amplo: sons, imagens, textos, produzidos e distribuídos livremente” (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 87). Não falo na substituição da produção profissional pela amadora, ou qualquer outro nome que se queira dar aos produtores emergentes, mas da diluição do controle dos centros institucionalizados como emissores e da figura do *gatekeeper*¹⁴⁸, que pauta sua programação no que ele próprio considera valor-notícia, nem sempre levando em consideração as realidades diversas. Lemos e Lévy (2010, p. 87-88) ressaltam a pluralidade de proposições que os indivíduos podem descobrir na rede. E acrescentam:

Mais ainda, na *web*, pensamentos são expressos por aqueles que os produzem e os pensam e não por jornalistas obrigados a simplificar ou mesmo caricaturar por falta de tempo ou competência. O novo *medium* é então particularmente favorável a uma superação do espaço público clássico e à liberação do pólo da emissão, controlado na economia política clássica por grandes empresas monopolistas.

A internet amplia a circulação da palavra, aumenta o poder da esfera pública, anteriormente, restrito às grandes corporações de mídia. O

148 A Teoria do *Gatekeeper* foi a primeira a surgir na literatura acadêmica sobre jornalismo, sendo usada, inicialmente, nos anos 1950, por David Manning White. Nesta perspectiva, o processo de produção da informação é baseado em uma série de escolhas, onde o fluxo de notícias tem que passar por diversos *gates* (portões), em que o jornalista (*gatekeeper*) tem o poder de decidir que notícia vai ser publicada (TRAQUINA, 2005).

ciberespaço passou a se constituir um fenômeno provocado pela crise dos paradigmas, na passagem do século XX para o XXI, mas também por demandas sociais. O desenvolvimento e o crescimento de modo expressivo de comunidades virtuais, o estabelecimento de interconexões e as redes colaborativas configuram-se fenômenos dinâmicos de uma sociedade em busca de novas formas de organização e expressão. Assim, a articulação de redes de cooperação permite que tais redes sejam capazes de gerar ações e resultados sociais (FONSECA; COUTO, 2005).

Aqui importa destacar que não se trata de exclusão de um sistema – analógico – em função da chegada de outro. Mas da abertura de espaços para diferentes atores, outras pessoas, outras empresas, associações. Este campo aberto pela rede mundial de computadores fomentou a participação e interação de grupos organizados ou das chamadas pessoas comuns, sem vínculos – mas com voz. Renasce, então, uma cultura que veio definitivamente expandir o alcance da TV que se conhecia até então. “A atomização da vida social do século XX deixou-nos tão afastados da cultura participativa que, agora que ela voltou a existir, precisamos da expressão ‘cultura participativa’ para descrevê-la.” (SHIRKY, 2011, p. 23).

A crítica em relação ao distanciamento da cultura de participação e da necessidade de se criar um termo para nomeá-la, feita por Shirky (2011), se baseia na defesa de que, antes do século XX, uma parcela expressiva da cultura poderia ser considerada como participativa (encontros locais, eventos e performances), por isso, atualmente, criar algo com outras pessoas e compartilhar esse produto representaria um eco, com roupagem tecnológica, do antigo modelo de cultura. Nesse sentido, o mundo comporta cada vez menos posturas de concentração de saberes por parte dos indivíduos e centralização da emissão por parte da mídia. É crescente a demanda das novas gerações por veículos de comunicação que permitam a interação. Para os jovens, “[...] numa tela sem *mouse*, falta alguma coisa”. A reação pública tende a deixar evidente que “[...] a mídia da qual somos o alvo, mas que não nos inclui, não merece ser tolerada” (SHIRKY, 2011, p.187). Por isso, o autor defende que a participação disseminada pela internet – e que se manifesta

também na televisão, que encontrou na *web* uma plataforma – tende a se espalhar, compondo a espinha dorsal da nossa cultura.

No entanto, é indispensável que os educadores possam atuar como mediadores dessa situação, estimulando a cultura da participação e o aprendizado mútuo na rede. A “cultura de participação” deve ser reconhecida, por todos os envolvidos em determinado processo, como um valor essencial que deve orientar todas as suas práticas (BARROSO, 1995). Esse reconhecimento requer tempo para que seja integrado com naturalidade. Esse movimento de pessoas que ocupam o ciberespaço interessadas em aprimorar o próprio conhecimento, colaborar com o aprendizado do outro – por meio de atitudes como produções colaborativas, fóruns de discussão, disponibilização de tutoriais – e fomentar novas educações constituem a ciberaprendizagem, um jeito contemporâneo de ensinar, aprender e produzir conhecimento. Nessa perspectiva, a seguir será discutido sobre os benefícios que as televisões ligadas a instituições de ensino podem obter a partir do uso dos espaços da *web*.

4.3 TV UNIVERSITÁRIA NA WEB

O panorama que foi sendo modelado no ciberespaço pareceu um movimento inconsciente rumo a uma liberdade no fluxo de informações e conhecimento entre as pessoas de qualquer parte do planeta – o que viria a se tornar possível com a proliferação do acesso à internet. A expansão para a *web* pode gerar três eixos principais de benefícios, que se complementam, para as TVs Universitárias: a difusão do conhecimento, com a possibilidade de fluxo dos materiais audiovisuais produzidos, que se constitui como grande entrave para os integrantes do projeto; a intensificação da aprendizagem colaborativa e o exercício da aprendizagem informal.

Quanto ao primeiro eixo, a fim de reforçar a importância da *web* para a difusão de produtos da deste tipo de TV, recorro a Santos (2011), que destaca o desejo de Tim Berners-Lee, criador da *web*¹⁴⁹, pela liberdade do trânsito de informações que o seu invento proporcionaria.

A ideia básica da Web é ser um espaço de informação por meio do qual as pessoas possam se comunicar, mas de uma forma especial: por meio de uma rede onde compartilhem seus conhecimentos. A intenção não era que ela fosse apenas um grande meio de navegação, e sim, que todo mundo colocasse suas produções, bem como tivesse acesso a outras (BERNERS-LEE, 1999, tradução nossa).¹⁵⁰

O propósito de uma rede que levaria à livre troca de conhecimento e informação começou a se tornar realidade a partir da *Web 2.0*, que veio ampliar e potencializar a participação da comunidade nos espaços da *web*. É seguindo essa lógica da partilha e da facilidade de ocupação de espaços na *web* por qualquer indivíduo que diversos estudos propõem que os educadores se aproximem deste ambiente de comunicação.

A utilização de serviços da Web Social ou Web 2.0 em contexto educativo tem vindo a revelar-se como uma prática com potencial para induzir transformações significativas nas metodologias de ensino utilizadas nas instituições de Ensino Superior. Investigações recentes têm demonstrado que a utilização destas ferramentas em contexto educativo potencia o desenvolvimento eficaz da comunicação, da partilha e da colaboração entre os membros de uma comunidade, contribuindo para a promoção de aprendizagens relevantes para os respectivos membros. (SANTOS, 2011)

Uma vez que as demandas por uma comunicação eficaz, mediante o fluxo das produções da uma TV Universitária, estão no cerne das fragilidades de um projeto desta natureza, é preciso que os professores estejam atentos

¹⁴⁹ Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Tim_Berners-Lee Acessado em 23/10/11.

¹⁵⁰ The basic ideas of the Web is that an information space through which people can communicate, but communicate in a special way: communicate by sharing their knowledge in a pool. The idea was not just that it should be a big browsing medium. The idea was that everybody would be putting their ideas in, as well as taking them out (BERNERS-LEE, 1999).

para o potencial a baixo custo viabilizado pela internet, aliado às características intrínsecas a uma geração que nasceu e cresceu com as TIC presentes no seu dia a dia, representada pelos alunos que atuam nestes projetos. O desenvolvimento tecnológico ampliou sua ação para os diversos ambientes possíveis, e a escola, de uma maneira ampla, também deve se aproximar destes dispositivos.

Ao alterar a forma como os utilizadores interagem com a Internet, o software social¹⁵¹ repercute essa evolução no campo educativo e na forma como os indivíduos processam, organizam e partilham o conhecimento. A rede (re)define-se como um terreno de expansão das fronteiras da criatividade, visíveis no crescimento da publicação de obras de arte, fotografias, ficheiros de áudio e vídeo e a sua divulgação em *blogs*¹⁵², *wikis*¹⁵³, *podcasts*¹⁵⁴ e uma grande variedade de canais de distribuição entre pares (ARESTA; MOREIRA; PEDRO, 2011, p. 102).

No que tange ao segundo eixo, relacionado à divulgação maior que a *web* pode gerar aos projetos de extensão universitária, o caráter catalizador da partilha de conhecimentos inerente à *Web 2.0* é o que torna possível o encontro de pares que também compartilham suas produções por meio da internet. No caso específico de uma TV Universitária, a apropriação do ambiente da *web* pode levar ao encontro com outros produtores de audiovisual, além de integrantes de outras TVs Universitárias, intensificando a aprendizagem colaborativa. O trabalho de criação televisiva é realizado, essencialmente, em parceria, sendo sempre resultado de um esforço em grupo. Quanto mais entrosada está a equipe, melhor o resultado final. É quase impossível, devido às especificidades da criação de um vídeo, que este tipo de produção seja elaborado isoladamente. Assim, os esforços de profissionais variados se complementam, visando um único objetivo final. O que a *web*

¹⁵¹ Termo também usado para designar o panorama de recursos para uso da internet a partir da *Web 2.0*.

¹⁵² *Site* de fácil manuseio que torna viável a construção de páginas na *web* por pessoas sem formação específica para atuar nesta área. Geralmente organizado de forma cronológica, surgiu como diários com relatos pessoais. Atualmente atende a diversos fins e temáticas.

¹⁵³ *Software* que permite a elaboração coletiva de documentos, dispensando revisões e viabilizando a publicação imediata dos conteúdos.

¹⁵⁴ Arquivos de áudio disponibilizados na *web*.

poderia proporcionar seria a ampliação destas ações, na medida em que as ferramentas de compartilhamento podem ser usadas para ampliar parcerias criativas.

Os jovens experimentam a lógica colaborativa nos processos de construção do conhecimento em suas práticas culturais. Esta postura permanece quando tal prática é mediada pelas tecnologias digitais. Embora a colaboração não seja uma característica dos artefatos digitais, estes instrumentos podem intensificar, facilitar as trocas. Não faz sentido pensar que apenas o uso de tecnologias pode promover mudanças nos processos de ensino-aprendizagem¹⁵⁵, já que, muitas vezes, equivocadamente, o sistema educacional adota práticas pedagógicas nas quais os aparatos técnicos assumem um papel instrumental (ROSA, 2011). Desta forma, é preciso que se reflita sobre uma educação mediada pelas TIC, onde as relações com o saber passam por (re)significações – e não simplesmente pela reprodução de práticas arcaicas meramente acrescidas de técnicas viabilizadas pelos processos comunicacionais e tecnológicos.

O terceiro eixo que justifica que se aprimore o uso dos espaços da *web* junto a uma TVU é a ênfase no exercício da aprendizagem informal, compreendida, neste estudo, como sendo aquela realizada com os outros e de forma autônoma, podendo ou não estar relacionada ao contexto formal de aprendizagem – escola, trabalho, etc (VIANA, 2009). É importante perceber que a tendência das práticas educacionais abriga cada vez menos a figura de um professor detedor de conhecimento diante de alunos limitados a receber conteúdo. Esta abordagem remete para um modelo comunicacional de massa um-todos, que vai na contramão de um processo de ensino-aprendizagem eficaz. A busca atual é por uma perspectiva que não esteja centralizada no

¹⁵⁵ Em consonância com o pensamento de Rosa (2011), a opção feita nesta pesquisa é pelo uso da expressão “processos de ensino-aprendizagem”, por entender a inviabilidade de ensino e aprendizagem caminharem separados. Ambos configuram-se como um processo contínuo de “aprender, ensinar e aprender”, sendo que o termo ensinar não está necessariamente associado às práticas docentes, assim como aprender não está preso às atividades dos alunos. A alternância de papéis entre professores e alunos no processo de construção do conhecimento leva a uma relação escolar intencional e dialógica.

docente, mas, sim, “em direção a abordagens caracterizadas por uma maior abertura, participação e colaboração entre pares[...]” (ARESTA; MOREIRA; PEDRO, 2011, p. 101).

Ao se pensar a relação educação-cibercultura, é fundamental que se reflita sobre o perfil dos atores envolvidos neste contexto. Tratamos de alunos e professores imersos em práticas sociais inerentes à cultura pós-massiva, que permitem o livre acesso à construção de mensagens e facilitam/intensificam a interação entre pares. A escrita e reescrita em *blogs*, *chats*, *sites* de relacionamento – como Facebook, Orkut, Twitter –, o uso de programas de bate-papo, como o MSN, e de equipamentos como notebooks, *palms*, celulares e *tablets*, de alguma forma, confluem para a apropriação destes recursos e da sua linguagem. Oswald e Ferreira (2011) ressaltam que possibilitar que os indivíduos se apropriem destes artefatos está no foco das mediações pedagógicas e que a reescrita nos espaços da *web* converge para este fim, interferindo, assim, nos processos de ensino-aprendizagem.

É nesse sentido que considerar a mediação dos diversos artefatos digitais que fazem parte dos cotidianos dos sujeitos da educação, dentro ou fora do ambiente escolar, ajuda a pensar a constituição da subjetividade na contemporaneidade e também a construção de conhecimento. (OSWALD; FERREIRA, 2011, p. 119)

Desta maneira, cultura digital e cibercultura, que consideramos aqui como diferentes, por entender que a segunda requer conexão à internet, despontam como mediadoras nos processos de ensinar e aprender. Como a discussão proposta nesta pesquisa é referente à apropriação dos espaços da *web*, enfatiza-se o papel da cultura propiciada pelos usos da internet como propulsora de novos saberes. Assim, a ciberaprendizagem surge como uma aprendizagem possível no ciberespaço, sustentada pelo aparato tecnológico digital, pela conexão em rede e as trocas que este sistema favorece e, aliado a tudo isso, pelo potencial que o jovem traz no sentido de construções nestes ambientes. Nessa perspectiva, Rosa (2011) pontua:

A compreensão de que os jovens que frequentam as escolas de hoje nasceram nesse contexto de mudanças, impõe investigar sobre os modos pelos quais eles vêm se relacionando com o conhecimento e com a cultura. Que sentidos são construídos nestas relações? Que usos fazem dos novos artefatos tecnológicos neste processo? No entanto, se entendemos que uma pesquisa em Educação tem o compromisso de contribuir para a qualidade da escola, notadamente a pública, investigar esses usos descolados dos processos de ensino-aprendizagem pouco contribuiria para compreendermos as relações entre professores e estudantes, subjacentes a estes processos (ROSA, 2011, p. 16).

É pela importância de se compreender e de se aproximar o potencial das TIC dos processos de ensino-aprendizagem que se reforça a necessidade de repensar como a educação vem lidando com a realidade que emerge a partir da cibercultura, compreendendo a importância da participação dos diversos atores envolvidos nestes processos no que concerne à construção de conhecimento. Oswald e Ferreira (2011) ressaltam que a relação com os saberes mediada por esta cultura instiga a reflexão em torno dos novos sujeitos que o campo da educação precisa conhecer. Os autores enfatizam a necessidade de entender estes indivíduos e levá-los em consideração ao se criar propostas político-pedagógicas. Uma vez que a relação dos jovens com o conhecimento não cabe mais em uma perspectiva linear, dadas as múltiplas formas de acesso à informação que encontram com o uso das TIC, não é mais possível deixar que apenas o campo da Comunicação se preocupe com as discussões em torno deste cenário, mas, sim, que a Educação esteja inserida como parte fundamental neste debate.

A agilidade com que os cenários se transformam provoca a reavaliação de valores e premissas relacionados ao desenvolvimento científico e tecnológico. Nesse sentido, a escola tanto sofre, quanto provoca alterações nos âmbitos local, nacional e global, na medida em que permite que ocorra a resignificação das concepções mecanicistas em torno do pensamento, do conhecimento e da comunicação que envolvem o sistema educacional, assim como as outras instituições sociais e políticas (BONILLA, 2005). Nessa tessitura, reafirmo as ideias de Lemos (2010), ao sugerir que se entenda a

virtualização como a instância que permite ler as coisas, mas que é imprescindível que se vá além, problematizando, atualizando conteúdos, escrevendo, produzindo novos materiais a partir de novas concepções.

Nessa perspectiva, tem-se a crítica feita por Bonilla e Picanço (2005) ao modelo educacional da "escola única", ao modelo de "aula" como única possibilidade de espaço-tempo nas relações entre os sujeitos. Desse modo, as autoras propõem transformar o espaço-tempo educativo em um ambiente permeado por atividades curriculares, onde se articulam os conteúdos às ações e o saber ao viver – uma postura que requer que se supere a noção de um currículo escolar fragmentado em disciplinas (BONILLA; PICANÇO, 2005). Em síntese, é urgente que se reflita sobre outra relação com o processo de ensino-aprendizagem para além da sala de aula.

Compreender e utilizar criativamente as potencialidades dessas tecnologias favorece a construção, assim como a execução de um sistema de processamento que permite reconstruir a percepção do mundo, os seus agentes e propiciar novos modos de viver, agir e pensar através da alteração de hábitos cotidianos, valores e crenças (FONSECA; COUTO, 2009, p. 481).

No panorama contemporâneo da Comunicação e da Educação, não é mais cabível que se veja a *web* apenas como local de busca de informações. O espaço de partilha de conhecimento entre todos os utilizadores da *web*, proposto por Berners-Lee¹⁵⁶, se tornou, naturalmente, um ambiente de aprendizagem.

Por esta razão, os professores têm a necessidade de desenvolver outras estratégias para ensinar e aprender, de forma a colmatar as necessidades de aprendizagem dos alunos da era digital, desenvolvendo e potenciando as suas competências, inerentes a uma sociedade em rede. Estas mudanças passam pela utilização das tecnologias da informação e comunicação (TIC) em contextos de aprendizagem, nomeadamente pelo recurso a ferramentas online (LOUREIRO; BITTENCOURT, 2011, p. 193-194).

¹⁵⁶ Disponível em: www.w3.org/1999/04/13-tbl.html Acesso em 28/10/11.

À medida que uma TV Universitária possa, de maneira sistemática, favorecer a construção de conhecimento a partir da cultura do ciberespaço, estará fomentando a ciberaprendizagem, aliando-se à cultura da juventude e, ainda, driblando as dificuldades enfrentadas com a difusão de suas produções. Além disso, poderá se firmar como uma televisão na *web*. Nesse sentido, é possível afirmar que se estará acompanhando o desenvolvimento técnico de um equipamento que marca a história da humanidade desde os experimentos iniciais, que envolviam cientistas de diversos países em torno de pesquisas que visavam à criação de um meio de comunicação que pudesse aliar imagem e som, transformando para sempre os modos de comunicação entre os homens.

O ciberespaço abre possibilidades e configurações para que as pessoas aprendam e exerçam uma nova pedagogia, com outras relações com os saberes nas quais os sujeitos envolvidos no processo do aprendizado possam ir além do já estabelecido, aventurar-se e experimentar as emoções das descobertas, potencializadas pelo avanço tecnológico e pela ampliação do uso da rede mundial de computadores. Nesse sentido, as pessoas conectadas acessam e vivem os diversos espaços virtuais, estabelecem elos através da rede integrada de saberes, em permanente movimento e criam encontros virtuais e compartilhamento e invenções coletivas (FONSECA; COUTO, 2009, p. 490).

4.3 A GERAÇÃO DIGITAL E A TV NA WEB

Em todo e qualquer estudo realizado acerca da história da humanidade, é possível encontrar a questão do modo de comunicação entre as pessoas sendo considerada como fundamental para determinar saltos na sua evolução. Nesse sentido, considerando que as formas de comunicação humana têm estreita relação com as tecnologias disponíveis nesta área, podemos afirmar que o estabelecimento da cultura digital que ora presenciamos, proporcionada pelo surgimento das TIC, vem provocando transformações tão importantes e profundas para o indivíduo e a sociedade atual como aquelas provocadas pela passagem da cultura oral para a cultura escrita/tipográfica.

As TIC ganham impulso e a internet amplia seu espaço diante do público tão rapidamente quanto aconteceu com a televisão analógica a seu tempo. Estas novas mídias encontram novos sujeitos. Integrar um mundo em que inovações tecnológicas fazem parte do cotidiano imprimiu características específicas neste grupo de indivíduos, para os quais falar ao telefone enquanto se deslocam de um espaço a outro e navegar na internet é tão comum quanto abrir uma geladeira, utilizar um fogão a gás ou andar de carro.

Estes sujeitos foram foco de inúmeros estudos realizados por diferentes autores interessados em compreender os processos pelos quais passam a juventude e, mais especificamente, o nativo digital, que apresentaria características e habilidades específicas proporcionadas pela cultura em que está imerso. Em 1998, por exemplo, o professor e pesquisador canadense Don Tapscott, motivado pelas experiências com a educação dos dois filhos e com o relacionamento com os amigos deles que costumavam frequentar sua casa, publicou o livro *Geração Digital*¹⁵⁷.

Por meio deste trabalho, que se baseia na observação do comportamento de um total de 300 crianças e jovens, entre quatro e vinte anos de idade, Don Tapscott traça um perfil detalhado dos representantes dessa geração e chega à conclusão que, de fato, “está surgindo uma nova geração que modificará o mundo como nunca aconteceu antes” (TAPSCOTT, 1999). O pesquisador chamou este grupo de nascidos entre janeiro de 1977 e dezembro de 1997 de “Geração Digital”. Embora este seja o termo mais usado por ele para designar estes indivíduos, as denominações “Geração do Milênio”, “Geração Y”, “Geração Net” e “Geração Internet” também são utilizadas pelo autor para se referir às crianças geradas pelos *boomers*¹⁵⁸. Como forma de unificar e simplificar a escrita, a opção feita nesta pesquisa foi pelo uso exclusivo da expressão “Geração Digital” – também por considerá-la mais

157 Traduzido para o português em 1999.

158 Esta expressão se refere aos nascidos no chamado *Baby Boom* (de janeiro de 1946 a dezembro de 1964), período onde houve o aumento na taxa de natalidade nos Estados Unidos. A Geração *Baby Boom* é composta pelos pais das crianças da geração Digital.

abrangente, pois não se restringe à internet, mas, sim, a todas as potencialidades referentes à tecnologia digital.

As crianças que nasceram neste período acompanharam não só as mudanças incorporadas pelo rádio, viram também a evolução da televisão, sua segmentação, as transformações nos modos de distribuição do sinal, as alterações de *design* e potência dos aparelhos. São indivíduos que presenciaram o surgimento do aparelho de fax, o desenvolvimento do computador – que deixou de ser uma máquina de grandes proporções físicas e uso exclusivamente profissional para ocupar um espaço nos lares do mundo inteiro. São ainda testemunhas de diversas outras formas de comunicação que nunca os deslumbrou, que foram sempre tratadas por eles com certa naturalidade, pois, uma vez que cresceram imersos nesta realidade, não tiveram que se adaptar ao que ia sendo proporcionado pela tecnologia digital. Assim, esta tecnologia para eles sempre fez parte do ambiente em que viviam, como uma série de outros componentes do dia a dia.

Com o propósito de enfatizar como a revolução digital ocorre de maneira acelerada, Tapscott (2010) lembra o quanto o mundo era diferente em 1997. “Não havia Google, Facebook, Twitter nem Bleckberrys. O YouTube não existia. Você tinha de assistir a um videoclipe na TV” (TAPSCOTT, 2010, p. 10). E assistir na TV implicava em estar diante de um aparelho, na sala de estar, muitas vezes brigando com a família para ver a programação de seu interesse.

O jovem da Geração Digital que chega hoje a certa maturidade é aquele cujo aparato tecnológico está cada vez mais perto de si, graças às tendências da mobilidade e portabilidade. Os aparelhos portáteis permitem o fácil deslocamento, estão *online* por meio de redes *wi-fi*¹⁵⁹, trocam dados entre si

159 Tecnologia que permite a conexão entre vários dispositivos sem fio. As redes Wi-Fi operam usando ondas de rádio, da mesma forma que telefones celulares e televisores. Um adaptador sem fio para computador transforma os dados em sinais de rádio e os emite por meio de uma antena. O roteador, dispositivo conectado à internet através de cabos, recebe este sinal, decodifica-o e o envia para a internet. O mesmo ocorre no sentido contrário, estabelecendo-se assim a comunicação entre os dispositivos sem fio. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/197-o-que-e-wi-fi-.htm> Acessado em 29/09/11.

usando sistemas como o *bluetooth*¹⁶⁰ e oferecem não só a possibilidade de ver TV, mas ouvir música, manipular imagens e vídeos, estudar, navegar pela internet de uma maneira geral. Ao comparar a Geração Digital com a dos pais deles, a denominada geração *Baby Boom*, nota-se a relação diferenciada que cada uma tem com a tecnologia.

Nesse sentido, a Geração Digital se apresenta como o oposto da geração de seus pais. Enquanto a primeira está associada às mídias digitais e, principalmente, à internet, a segunda teve na televisão seu elo maior com o mundo externo. É possível afirmar que nenhum fato marcou tão profundamente a Geração *Baby Boom* quanto o invento da televisão. A TV repercutiu de tal forma que orientou o crescimento desta geração. “A televisão criou um mundo em tempo real” (TAPSCOTT, 1999, p. 18). Isso porque com o advento deste veículo, era crescente o número de pessoas que dedicava parte do dia ao consumo de programas televisivos. Desse modo, sentiam-se parte dos eventos e cerimônias aos quais assistiam. A televisão proporcionava ao telespectador uma relação próxima com o conteúdo trazido pela telinha, oferecia a sensação de fazer parte do acontecimento, provocava simpatia/antipatia por determinados personagens da teledramaturgia – o que podemos verificar até hoje com relação ao comportamento de telespectador. Contudo, naquele momento, de muito menos artefatos tecnológicos à disposição, aquilo era ainda mais encantador.

Porém, a evolução das tecnologias da informação e comunicação proporcionou transformações nas formas de lidar com este meio, principalmente, no que se refere à Geração Digital, que busca nos meios de comunicação a integração entre emissor e receptor no processo de construção de mensagens. Assim, é possível afirmar que “a Geração Internet é a antítese da Geração TV. A passagem de uma mídia difusora unidirecional para uma mídia interativa surtiu um efeito profundo na Geração Internet” (Tapscott, 2010,

160 Sistema que permite conectar e trocar informações entre dispositivos como telefones celulares, notebooks, computadores, impressoras, câmeras digitais, consoles de videogames digitais e aparelhos de TV mais modernos. O Bluetooth é baseado na comunicação por meio de frequência de rádio de curto alcance. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Bluetooth> Acessado em 29/09/11.

p. 33). Enquanto os *baby boomers* têm a televisão como mídia que os caracterizam, aqueles que cresceram cercados de bits¹⁶¹ não se fixam para assistir à TV como única atividade.

A Geração Internet assiste a menos televisão do que seus pais, e o faz de uma maneira diferente. É mais provável que um jovem da Geração Internet ligue o computador e interaja com várias janelas diferentes, fale ao telefone, ouça música, faça o dever de casa, leia uma revista e assista à televisão. A tevê se tornou uma espécie de música de fundo para ele (TAPSCOTT, 2010, p. 32).

Opinião com a qual Jenkins (2009), ao tratar da convergência de mídias e o público adolescente, também concorda:

Um adolescente fazendo a lição de casa pode trabalhar ao mesmo tempo em quatro ou cinco janelas no computador: navegar na internet, ouvir e baixar arquivos MP3, bater papo com amigos, digitar um trabalho e responder e-mails, alternando rapidamente as tarefas. E fãs de um popular seriado de televisão podem capturar amostras de diálogos no vídeo, resumir episódios, discutir sobre roteiros, criar *fan fiction* (ficção de fã), gravar suas próprias trilhas sonoras, fazer seus próprios filmes – e distribuir tudo isso ao mundo inteiro pela internet (JENKINS, 2009, p. 44).

A internet viabiliza diversas experiências, que não apenas favorecem a comunicação entre os jovens, mas também a criação, a colaboração, o encontro e a produção com outros sujeitos. É possível afirmar, assim, que a mudança mais significativa que afetou a juventude nos últimos vinte anos foi, sem dúvida, a ascensão do computador, da internet e de outras tecnologias digitais (TAPSCOTT, 2010).

¹⁶¹ De acordo com Negroponte (1995), um bit é o menor elemento atômico no DNA da informação, tendo sempre sido partícula subjacente à computação digital. Um bit significa um 1 ou um 0 que, combinados em fileiras, representam uma informação numérica. Com o desenvolvimento das pesquisas nesta área, hoje eles podem compor diversos tipos de informações digitalizadas, como áudio e vídeo. Tal técnica proporciona, entre outros benefícios para o setor, a transmissão de dados com maior agilidade, qualidade e facilidade na correção de erros.

Expectativa confirmada, por exemplo, por uma das jovens analisadas na segunda pesquisa de Tapscott (2010) sobre o tema, que rendeu o livro “A Hora da Geração Digital”. Ao relatar suas tarefas diárias, a empresária de 24 anos, que trabalha em casa, elenca a série de atividades que faz com o auxílio das ferramentas *online*. Sobre o momento de lazer, das 20h às 22h, a entrevistada destaca o quanto a internet faz parte deste momento permeado por algumas ações simultâneas:

Assisto ao programa da Oprah Winfrey que gravei mais cedo. Adoro pular os anúncios. Assisto à TV no meu computador via Joost.com. Discuto o último episódio de *Lost* no fórum. Fico contente ao ver que não sou a única que está enlouquecendo com os mistérios desta temporada. Discuto algumas teorias com os telespectadores mais aficionados (TAPSCOTT, 2010, p. 68).

Para o autor, na mesma intensidade com que o uso da internet influencia o comportamento e o pensamento de crianças e jovens, estes também fazem com que a rede assuma uma configuração que melhor se adeque aos seus interesses.

No século XXI, o conhecimento está fluindo com mais liberdade do que nunca, graças à internet, mas o verdadeiro potencial da internet só foi atingido quando os jovens começaram a usar computadores. Agora eles estão ajudando a transformá-la em algo novo – a Internet 2.0, a internet viva, a Hipernet, a internet ativa. Chame como quiser – essa não é a internet do seu pai. Ela se tornou um computador global, ativo, conectado em rede, que permite que todos não apenas participem, mas também mudem a sua própria natureza (TAPSCOTT, 2010. p. 69).

O pesquisador canadense defende a teoria de que a Geração Digital desenvolveu características específicas, consoantes com a cultura em que vivem seus representantes. Nesse sentido, elencou oito elementos que caracterizariam este grupo de indivíduos: liberdade (não têm pressa de iniciar a carreira e esperam escolher onde e quando trabalhar), customização (personalizam o que podem na intenção de que os produtos possam refletir o que eles próprios são), escrutínio (devido ao acesso a um grande número de

fontes de informação, desenvolveram a capacidade de filtrar o que é confiável), integridade (importa-se com a honestidade, o respeito, são fiéis aos seus compromissos e têm profunda tolerância), colaboração (são colaboradores naturais em grupos de bate papo, jogos, por email, para estudar, trabalhar ou simplesmente para se divertir), entretenimento (esperam que o trabalho seja plenamente satisfatório, não se opõem ao lazer), velocidade (estão acostumados a respostas instantâneas) e inovação (criados na cultura da invenção, para eles as inovações acontecem em tempo real).

A imersão digital também, segundo Tapscott (2010), teria afetado o cérebro destes jovens e as suas estruturas cognitivas. Navegar pela internet e jogar, por exemplo, teriam fomentado nesta geração habilidades como o processamento de informações visuais com mais rapidez. Contudo, essa vivência digital e os seus consequentes desdobramentos nem sempre se desenrolam de maneira fluida, tranquila. Estudos apresentam relatos de jovens que, embora transitem com maestria pelo espaço digital, trazem insatisfações que eles próprios têm dificuldade de compreender.

Percebe-se, muitas vezes, que a busca de contato por meio de redes sociais é feita pelos jovens no intuito de encontrar pessoas próximas, com as quais convivem presencialmente – como se quisessem prolongar o encontro. A falta de tempo e/ou a sensação de que o tempo disponível está dividido e fragmentado também angustiam estes jovens. Outro incômodo juvenil surge de uma necessidade incontrolável de estar sempre atualizado com as novidades tecnológicas. Acompanhar os lançamentos de cada novo aparelho de celular, computador, *softwares*, como se o mundo passasse por um acelerado processo de envelhecimento.

Conhecer estes jovens e compreender como se dá a sua relação com o mundo é imprescindível para os educadores. Entender como ocorre a sua apreensão do saber, como se configura a sua experiência com outras pessoas, que habilidades têm desenvolvidas ou por desenvolver é ação eminente para que os professores possam estar mais bem preparados para lidar com este contexto e, ainda, orientar para aprendizagens mais eficazes. Na perspectiva

da TV UESC, objeto desta pesquisa, é considerável o potencial transformador que pode ser instaurado a partir dos bolsistas que atuam neste projeto e que carregam consigo habilidades que lhes foram proporcionadas pela influência digital.

Na atualidade, percebe-se que, ainda que estejam no espaço doméstico, os jovens estão expostos ao exterior, uma vez que a televisão e a internet os põem em contato com o mundo. A mídia e as tecnologias de informação e comunicação dotaram esses sujeitos de um poder que até então não desfrutavam (PAIS, 2005). A vivência na cultura digital lhes favoreceu com habilidades que foram fundamentais para a disseminação do movimento em torno da *Web 2.0*, o que, de certa forma, forjou uma espécie de autoridade a esta geração. Sibilia (2008) ressalta que este fenômeno levou a uma extraordinária democratização dos canais midiáticos.

Esses novos recursos abrem uma infinidade de possibilidades que eram impensáveis até pouco tempo e que agora são extremamente promissoras, tanto para a invenção quanto para os contatos e trocas. Várias experiências em andamento já confirmaram o valor dessa fenda aberta para a experimentação estética e para a ampliação do possível. Por outro lado, porém, a nova onda também desatou uma revigorada eficácia na instrumentalização dessas forças vitais, que são avidamente capitalizadas a serviço de um mercado capaz de tudo devorar para convertê-lo em lixo (SIBILIA, 2008, p. 11).

Contudo, ainda que haja o efetivo risco do consumo exacerbado e instantâneo, natural diante das descobertas de um novo campo e estimuladas por constantes estratégias de *marketing*, as possibilidades de aprendizagens são imensamente superiores. Ao sair do papel estático de consumidor de audiovisual, o indivíduo é levado a experiências diversas. “Enquanto que para se ser produtor se necessita de aprendizagens específicas, para se ser consumidor basta ter-se preferências.” (PAIS, 2005, p. 63) Muito mais que elencar o que lhe agrada, os sujeitos podem criar materiais que projetem as suas identidades, as suas necessidades. Criações que, na maioria das vezes,

fogem da linguagem padrão dos meios de comunicação de massa e trazem a marca do hibridismo de novas linguagens, novas experiências.

Na fala dos jovens é comum o surgimento de uma linguagem que conota com seus próprios valores. Eles produzem uma relexicalização da linguagem; promovem um fluir de vozes que se renovam constantemente; criam palavras novas, deformam-nas ou dão novos significados às existentes (PAIS, 2005, p. 56).

E onde vão parar estas expressões? De certo que não ficam restritas às conversas em pequenos grupos. Estendem-se para além do ambiente doméstico, à medida que, desde cedo, estes jovens impregnam com essas influências o estilo como optam por se vestir, as opções musicais e literárias, as produções escolares. Trata-se de um referencial que permeia as escolhas juvenis. Produções e manifestações que rompem as barreiras físicas e levam os ideais juvenis ao encontro de parcerias, por intermédio da atual face da *web*. “A nova rede é um meio de comunicação que permite que as pessoas criem seu próprio conteúdo, colaborem entre si e construam comunidades.” (TAPSCOTT, 2010, p. 29).

Neste ambiente da *web* é que foi gestada a nova faceta da televisão. Agora, mais próxima do público, a tevê torna-se instrumento à disposição dele. E é o jovem que não aceita mais as formas massivas de comunicação e busca a constante interação no processo de construção de mensagens, que vamos encontrar nas diversas tevês universitárias, inclusive, na TV UESC. Este movimento, permeado pela Geração Digital, torna possível que se comece a perceber um novo campo de aprendizagem.

Assim, à medida que o olhar do telespectador se transforma diante de novas vivências, novos hábitos, do próprio desenvolvimento tecnológico e de descobertas culturais, o modelo tradicional de televisão se torna fragilizado. No entanto, não compartilho da posição defendida por Gildens que, em 1996, dizia que a TV iria morrer por afrontar a natureza humana: a vontade de auto-aperfeiçoamento e autonomia que teria tirado a raça humana da sordidez e

oferecido a única promessa de triunfo em meio às atuais diversidades. Naquela ocasião, o autor ainda destacava:

Na próxima década, a lei do microcosmo assegura a substituição da televisão analógica, com suas redes e estações transmissoras centralizadas, por redes de computadores sem centro algum. Ao mesmo tempo em que oferecem uma cornucópia de interatividade, as redes de computadores conseguem realizar todas as funções da TV (Gildens, 1996, p.119).

Como Cannito (2010), acredito que esta discussão sobre a batalha das mídias constitui um falso debate, sustentado pela antiga teoria de que uma nova mídia destrói a anterior – uma hipótese que reaparece sempre que surge uma novidade. Conforme afirma o autor, na “verdade, essa conversa toda sobre ‘qual mídia vai vencer na era digital’ ainda é um debate analógico. O debate digital é convergente. Esse papo de que a TV vai ‘perder’ para a internet é teórico. Na prática, tudo vai confluir” (Cannito, 2010, p. 17).

Desta forma, visualizo uma transformação, um processo de reconfiguração do veículo televisão, em que este meio de comunicação passa a ser remodelado para atender aos avanços tecnológicos e ao novo perfil de consumidor de audiovisual que se forma a partir desta conjuntura de convergência entre as mídias.

Fica claro, portanto, que o específico da televisão não é o aparelho, são os seus conteúdos: os gêneros, subgêneros e formatos que ela desenvolveu em quase cem anos de história. Os conteúdos é que permanecerão e serão sempre reconhecidos pelo público como televisão (Cannito, 2010, p. 72).

Nesse sentido, não dá mais para insistir em pacotes estáticos, sem levar em consideração o papel de alguém que assiste a uma programação, mas que também se descobre capaz de interferir e, mais ainda, sente-se no direito de fazê-lo. Interferir não só no sentido de produzir, mas também de monitorar, fiscalizar, reivindicar.

A tendência é a migração de sistemas e, ainda por um tempo, a coexistência entre eles. Os suportes analógicos estão sendo substituídos por digitais, desde os processos de produção aos de transmissão – mesmo com toda a problemática política, econômica e tecnológica que envolve esta última. Mas não enxergamos o fim da televisão com o advento do computador. Diríamos, sim, que há uma ascensão cada vez maior da indústria da telemática. E compreendo a fala de Gildens desta forma, como um avanço das possibilidades tecnológicas que levam claramente à integração técnica entre aparelhos de TV, computadores e digitalização dos processos – seria algo como o acesso à *web* por meio do televisor e o acesso à programação televisiva por meio do computador.

É evidente que se deve vislumbrar este campo proporcionado pela *web* com um olhar que vá além das questões mercadológicas. Dessa forma, vimos que, desde a sua criação, até ocupar o ciberespaço, a televisão vem despontando como uma tecnologia que tende a se aproximar do espectador. Seja por meio de um conteúdo que atenda aos seus interesses, seja transmitida para uma plataforma que o deixe mais livre – para agir, escolher, transitar, se manifestar. Romper as barreiras da distribuição dos produtos audiovisuais impostas pelos veículos que dominam o mercado é um dos desafios para os realizadores independentes, que não estão vinculados a nenhuma grande empresa de comunicação.

Assim, visando compreender as circunstâncias que levaram a televisão analógica a constituir-se como uma TV na *web* e refletir sobre as potencialidades de aprendizagens presentes nesta constituição, principalmente, a partir dos usos que podem ser feitos por ações universitárias como a TV UESC, no intuito de veicular suas produções e construir conhecimento, quero discutir que, se a TV analógica foi – e ainda é – a televisão do cotidiano, do discurso que se impõe em um único sentido, a TV na *web* aponta para outra relação entre público e mídia, uma vez que não impõe limitações de acesso e fluxo, permitindo a ação de qualquer pessoa, diante da potencialidade que adquire nesse suporte digital. “Entre os elementos tecnológicos, a internet, especialmente, produz significativas alterações nas

formas de conhecimento, de identidade, de relacionamento e comunicação [...]” (FONSECA; COUTO, 2005, p. 65).

Desse modo, entendo que as alterações de hábitos provocadas pela expansão das tecnologias digitais fazem com que os jovens – que também se encontram nas universidades e em projetos como a TV UESC –, frente ao crescimento do ciberespaço, estejam propensos a ocupar este ambiente. Sem dúvidas, aproximar de maneira eficaz projetos como a TV UESC dos espaços da *web* pode ser de grande proveito. Esse contexto que foi sendo modelado pareceu um movimento inconsciente rumo a uma liberdade no fluxo de informações e conhecimento entre as pessoas de qualquer parte do planeta – o que veio a se tornar possível com a proliferação do acesso à internet.

Um aspecto que parece inato a este veículo – a sua capacidade de evolução constante – nos apresenta neste novo milênio indícios de um meio de comunicação, finalmente, à disposição dos indivíduos. Assim, acredito que compreender o processo de criação, desenvolvimento e expansão da *tevé* é imprescindível para que se explore de maneira eficaz os benefícios proporcionados pela TV na *web*.

Neste capítulo, discuti que, sob o ponto de vista do seu desenvolvimento técnico, a televisão não deixou de ser um meio massivo. Este veículo ainda está em operação e não acredito que deixe de coexistir. Contudo, com o advento das tecnologias digitais, a TV pode ocupar o espaço da internet e se configurar como um meio pós-massivo, na medida em que tal espaço libera o público da obrigação de apenas consumir o que lhe é oferecido, dando-lhe a oportunidade da interação, da produção e do compartilhamento.

Esse modelo televisivo parece ser a marca dos tempos atuais. A televisão pós-massiva se abre para a descentralização, para a liberdade e democracia. A chance de produzir e divulgar seu produto está aberta a todo e qualquer indivíduo, indistintamente, não importando em que parte do planeta ele esteja e sem levar em consideração questões relacionadas a qualquer natureza. Desde que respeite os princípios e valores que regem a sociedade, sua fala será respeitada. Esse ambiente polifônico ainda propicia a colaboração

e o compartilhamento. É o fazer junto com o outro e dividir sua criação com seus pares, enriquecendo o acesso a bens culturais.

Foi possível perceber que aqueles que compõem a chamada Geração Digital, por características pertinentes ao ambiente em que nasceram e cresceram, estão mais propensos à cibercultura, e este aspecto pode representar ganhos para projetos, como a TV UESC, que buscam se configurar como uma TV na *web*. Nota-se, principalmente, que este trânsito de educadores e estudantes pelo ciberespaço tem levado a uma nova forma de aprendizado, que chamamos de ciberaprendizagem. A oportunidade da produção coletiva, do fazer com o(s) outro(s), gera um exercício criativo e exercita as habilidades já desenvolvidas por esses jovens e, melhor, fomenta o florescimento destas potencialidades em outros sujeitos. Por razões como essas, acredito que a educação deva promover essa cultura participativa que emerge da TV na *web*.

Desse modo, a partir do exemplo das TVs Universitárias, buscou-se perceber o potencial de difusão e aprendizagem que a comunidade acadêmica – especificamente professores e alunos de cursos de Comunicação – pode encontrar na *web*, ressaltando a importância de iniciativas que aproximam a rede mundial de computadores de experiências educativas. Assim, no próximo capítulo, a proposta é que se olhe mais de perto para o que vem acontecendo na TV UESC. Com base em estudo feito com professores e bolsistas deste projeto é proposta a verificação das maneiras como, efetivamente, esta atividade de extensão universitária vem sendo inserida no ciberespaço.

5. A TV UESC NA WEB

Diante do surgimento de tantos e inéditos recursos tecnológicos que imprimiram maior velocidade ao fluxo de informações e promoveram o aperfeiçoamento das telecomunicações, podemos definir a sociedade contemporânea como a era da informação e da comunicação. Na realidade atual, observa-se que as pessoas – impulsionadas pelo desejo de conexão proporcionada, principalmente, pela internet – buscam e encontram, neste ambiente virtual, o contato com o outro, a atualização das últimas notícias, a descoberta de novas publicações, eventos e criações, o trabalho, o estudo e o lazer.

Esse contexto que foi sendo modelado com a proliferação do acesso à rede mundial de computadores proporcionou um movimento inconsciente rumo a uma liberdade no acesso e produção do conhecimento e no contato com pessoas de qualquer parte do mundo. Nesta sociedade, diversos sujeitos estão gerando, transmitindo e recebendo sinais na rede global, de equipes jornalísticas a governos e mercado financeiro, inclusive, pessoas comuns, sem vínculo empresarial ou estatal.

Na internet, são estes sujeitos que constituem os nós desta rede que, interconectados, formam a trama que liga os indivíduos de todo o planeta. Esta trama é constituída de estruturas abertas, capazes de se refazer e de se ampliar de maneira ilimitada. E, neste processo, vão se incluindo novos nós, que se integram aos outros, a partir do momento que compartilham de valores ou objetivos semelhantes. Estes nós são compostos por indivíduos de diferentes partes do globo que são atraídos por interesses e objetivos comuns (CASTELLS, 2007). Do encontro destes diversos indivíduos surgem saberes, trocas, construções e também uma nova cultura que, como ressalta Santaella (2004), é aprendida e se manifesta tanto em objetos materiais, quanto em padrões de pensamento, incluindo, assim,

(...) todos os elementos do legado humano maduro que foi adquirido através do seu grupo pela aprendizagem consciente, ou, num nível algo diferente, por processos de condicionamento – técnicas de várias espécies, sociais ou institucionais, crenças, modos padronizados de conduta. (SANTAELLA, 2003, p. 31)

A cultura proveniente dos encontros em rede nos leva hoje a compreender o que foi posto por Lévy (1999), quando previa que a digitalização das informações faria do ciberespaço, no século XXI, o principal canal de comunicação e suporte para a memória da humanidade. Seja como forma de construir ou acessar a sua memória, ou em busca do encontro com o outro, o ciberespaço fomenta o florescimento de uma cultura que alterou os paradigmas de juventude.

É uma nova cultura no sentido mais amplo, definida como os padrões socialmente transmitidos e compartilhados de comportamento, costumes, atitudes e códigos tácitos, crenças e valores, artes, conhecimento e formas sociais. (TAPSCOTT, 1999, p. 53)

Tapscott (2009) destaca que o mais importante é que esta cultura advinda do ciberespaço surge do uso da mídia digital interativa pelos jovens e faz o alerta para que fiquemos atentos a este uso, uma vez que estas experiências neste espaço prenunciam a cultura que criará futuros líderes no mercado de trabalho e na sociedade. Extrapolando a ideia deste autor, podemos compreender o espaço de comunicações proporcionado pela internet também como um amplo e rico ambiente de aprendizagens. Dessa forma, tanto pela possibilidade de colaboração entre os pares, quanto pela riqueza de conteúdos que oferece, ou pela autonomia que favorece, defendo que a rede mundial de computadores precisa estar próxima das experiências educativas.

Aprender usando a Web 2.0 implica recorrer a ferramentas que se associam à facilidade de criação de conteúdos e da sua disponibilização online. Qualquer pessoa torna-se aluno ou professor, sendo notório o papel de cada um na orientação e regulação das aprendizagens realizadas, online de modo informal. (VIANA, 2009, p. 154)

Aqui é importante ressaltar que, no meu entendimento, o potencial do ciberespaço, à disposição do estudante, proporciona um fluxo de

aprendizagem que independe de um guia, um mestre. O estudante é movido pelos próprios impulsos inerentes à Geração Digital. Como destaca Viana,

[...]os ambientes online permitem esclarecer dúvidas e questões, resolver problemas; promovem a aprendizagem colaborativa e a entreajuda; facilitam a integração e evolução profissionais, permitem desenvolver projectos e trabalhos em grupo, à distância, facilitando a organização e gestão do trabalho; e ajudam a desenvolver a auto-regulação da aprendizagem. (VIANA, 2009, p. 153)

Assim, é nesta ótica de VIANA (2009) sobre a aprendizagem possível no ciberespaço que este trabalho analisa a relação da TV UESC com os espaços deste projeto na internet. Por isso, na tentativa de verificar de que maneiras uma atividade de extensão desta natureza pode ter ganhos com a abertura que a *Web 2.0* vem viabilizando, neste capítulo trago dados e análises referentes ao ponto de vista de alunos e professores envolvidos nesta ação, com o intuito de identificar de que maneiras a TV UESC vem se estruturando como uma TV na *web*, se e como a *web* vem sendo usada a favor deste projeto, a participação da sua equipe neste processo e as evidências que podem conduzir à ciberaprendizagem.

Para entender melhor a forma como a TV UESC tem lidado com o crescimento do fluxo de audiovisuais na internet e de que formas tenta ou não se estabelecer como uma TV na *web*, procurei também conhecer os espaços criados por este projeto na rede mundial de computadores. Para tanto, entrevistei os alunos que compunham o quadro de bolsistas e voluntários no momento da pesquisa e um grupo de professores que atuam ou atuaram na coordenação do projeto. Também foram observados e analisados os espaços criados para a TV UESC na internet – perfil e comunidade no Orkut, perfil no Facebook, no Twitter, *blog* e canal no Youtube.

Dessa forma, trago neste capítulo os dados obtidos com as entrevistas e observação dos espaços virtuais da TV UESC na *web* e suas respectivas análises – procurando desvendar a visão que o grupo tem com relação à aproximação deste projeto das potencialidades oferecidas pela *web*. No primeiro momento, procuro traçar um perfil da TV UESC, contando um pouco

da sua história, de como surgiu, como vem se desenvolvendo e sedimentando seu lugar na universidade, visando favorecer a compreensão do projeto em estudo, pois, mesmo se tratando de uma TVU, é natural que cada uma guarde especificidades próprias. Em seguida, contextualizo as experiências da TV UESC na internet, a partir do olhar de professores e bolsistas que integram o projeto, para entender se foi ou não benéfica a estruturação desta TVU como uma TV na *web* e a importância do empenho de professores e alunos para vencer as barreiras que, inevitavelmente, surgiriam na execução desta meta.

Posteriormente, lanço mão dos dados obtidos para discutir como os bolsistas do projeto que integram a Geração Digital têm participado do processo de estruturação da TV UESC nos espaços da internet, com a intenção de verificar se, de fato, os postulados de Tapscott se aplicam à realidade da TV UESC – se houve ou não influência e participação de integrantes dessa geração na implementação de ambientes da TV UESC na internet. Por fim, busco perceber os usos que vêm sendo feitos dos espaços da *web* a favor da TV UESC, na tentativa de avaliar de que maneiras esta aproximação da internet tem sido eficaz e proveitosa para o grupo em estudo, identificando as fragilidades que impedem o melhor aproveitamento da iniciativa de avanço pela rede de computadores. Esta percepção pode ser útil para que se compreenda os trâmites que levam à sustentação de um canal de televisão no ciberespaço, principalmente, quando se trata de TV universitária, devido aos inúmeros entraves com os quais estes veículos se deparam constantemente.

5.1 TV UESC: O CONTEXTO

Com o propósito de subsidiar as reflexões em torno das informações obtidas por meio do levantamento de dados, considero pertinente que se observe o contexto em que a TV UESC, campo de pesquisa deste estudo, está inserida. Nesse intuito, procurou-se traçar um perfil deste projeto e narrar alguns aspectos considerados relevantes na sua trajetória.

Figura 14 – Bolsistas na sala de reuniões da TV UESC



Foto: TV UESC

Figura 15 – Sala principal da TV UESC

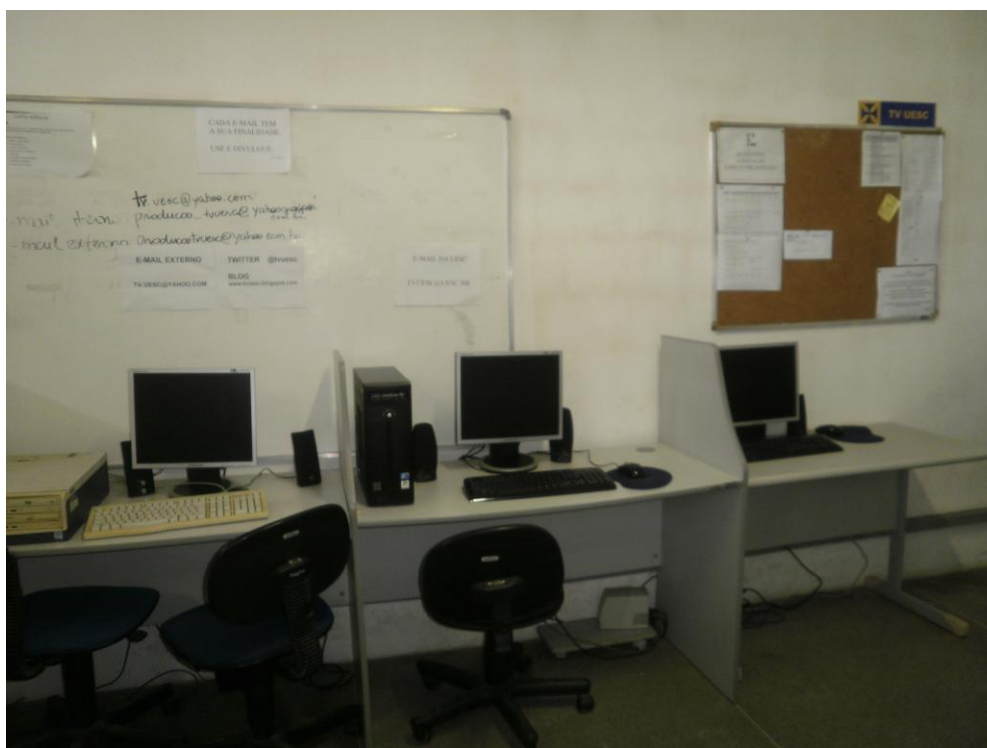


Foto: TV UESC

Ao se pensar esta TVU, sempre se procurou fomentar no ambiente acadêmico um espaço para a experimentação nas produções audiovisuais, por se entender que é justamente a universidade o lugar ideal para esta finalidade. Como se trata de um projeto experimental, a coordenação deste projeto, desde a fase de implantação, cuidou para que a estruturação das produções, sejam jornalísticas ou não, não estivesse condicionada a um formato padrão. Por isso, decidi adotar eixos temáticos que pudessem contribuir para o desenvolvimento regional, estabelecendo-os como prioridade. Assim, as pautas eram norteadas por temas como cultura, educação, arte, economia regional. A liberdade criativa permitiu, ainda, que as regras de edição não estivessem presas às normas comerciais, com tempo rígido para cortes, limitando, muitas vezes, a compreensão do que um entrevistado tivesse querendo dizer.

Dessa maneira é que se aposta na constituição de uma TV Universitária voltada para a elaboração de um telejornalismo livre de amarras, fomentando a produção de conhecimento, a divulgação de ideias e ideais, em que os parâmetros para a experimentação e para a busca de novas linguagens seguem o caminho dos estudos da comunicação, sem a imposição de limites. Essa postura adotada pela TV UESC não significa, contudo, que alunos e professores não prezam pelo compromisso ético com os telespectadores na elaboração de notícias. Ao contrário, os sujeitos envolvidos com os trabalhos desenvolvidos nesta tevê universitária visam respeitar as necessidades de reflexão de cada telespectador, sem lhe impor a assimilação de conteúdos, mas oferecendo a cada um a oportunidade de entendimento e reelaboração do que assiste (ARGOLLO; BARRETO, 2008).

A preocupação da TV UESC em respeitar as necessidades do seu público demonstra a tentativa desta tevê em promover um progresso na comunicação entre os interlocutores do processo de produção de conhecimento, estimulando-os para que ampliem suas percepções em relação ao entorno ambiental, social e cultural. Desta maneira, o receptor é visto como um participante ativo no processo de produção televisiva, uma vez que pode influenciar diretamente na elaboração dos enunciados imagéticos e ressignificar as mensagens por estar inserido no ambiente sócio-cultural, sendo

consciente do seu aprendizado e de sua postura na criação cognitiva (BARRETO et al, 2008).

Figura 16 – Detalhe da sala principal da TV UESC



Foto: TV UESC

Figura 17 – Ilha de edição do Curso de Comunicação compartilhada com a TV UESC



Foto: TV UESC

Sob o ponto de vista dos idealizadores da TV UESC, pretende-se desenvolver uma proposta em que, por meio de treinamento de pessoal e de uma programação permanentemente voltada para a difusão de novos conceitos, conteúdos e formatos, se possa contribuir para a melhoria dos recursos humanos envolvidos com a educação no Sul da Bahia. Educação e formação crítica do público estão na base da linha editorial da TV UESC. Desta forma, desde o seu início, esta TV Universitária traz uma proposta estruturada em eixos temáticos, que incluem meio ambiente, educação, arte e cultura, economia solidária, saúde, gestão universitária, gestão pública, esporte e lazer, inclusão social, minorias, tribos urbanas, festas populares, filosofia, sexualidade, segurança pública, guia universitário, ciência e tecnologia.

Espera-se que, ao oferecer uma programação comprometida com a qualidade, que valorize os diversos aspectos da cultura regional, divulgando as manifestações artísticas e culturais, seja possível colaborar com a ampliação do nível educacional da população regional. Ao lado de tudo isso, busca-se destacar o potencial econômico desta região, investindo no debate que objetiva o desenvolvimento sustentável. Estas metas visam atender à vocação da UESC nas suas diversas modalidades, como agente no processo de transformação regional, que pode ser também fomentado por intermédio de uma programação televisiva diferenciada (BARRETO et al, 2008).

Quando a programação inicial da TV UESC foi montada, professores e bolsistas buscaram atender às necessidades do público desta universidade. Para alcançar tal objetivo, foi preciso perceber, a partir da leitura das diretrizes de criação do projeto, o que era considerado valor-notícia para aquela comunidade, uma vez que não há uma rotina de produção e exibição, pois a TV opera em caráter experimental e não tem, ainda, um horário de exibição, nem um canal de transmissão definidos – o que inviabiliza a cobertura de notícias factuais, que requerem a instantaneidade de veiculação. A opção foi por uma agenda, um quadro no programa que pudesse divulgar todos os eventos da semana, usando o artifício do selo, em que as principais informações aparecem na tela, sobre um fundo liso, e o locutor narra o texto referente ao assunto.

Figura 18 – Laboratório de Computação Gráfica do Curso de Comunicação utilizado pela TV UESC



Foto: TV UESC

Figura 19 – Estúdio de Som do Curso de Comunicação onde são gravados os textos dos vídeos da TV UESC



Foto: TV UESC

De acordo com o projeto enviado pela UESC para o Ministério das Comunicações, solicitando a concessão de um canal de radiodifusão, entre os

objetivos da TV UESC destaca-se o atendimento às demandas da comunidade acadêmica, de modo a favorecer a circulação de informações e conhecimento, em uma abordagem que prioriza o intercâmbio de mensagens com paridade e democracia. Além disso, a TV UESC tem, entre suas metas, a discussão sobre novas possibilidades de experimentação de linguagens audiovisuais e a capacitação profissional, como oportunidade de prática, dos alunos do Curso de Comunicação. Os condutores deste projeto acreditam que, ao se envolver nas rotinas produtivas de uma televisão, o estudante tem assegurada a oportunidade de se aproximar da realidade do mercado profissional e exercitar o que foi trabalhado em sala pelos professores (BARRETO et al, 2008).

A TV UESC conta com uma sala de redação e compartilha os equipamentos com o Curso de Comunicação Social. A pretensão é que, aos poucos, o projeto possa ter maior autonomia em relação à questão técnica, adquirindo seus próprios materiais – como câmeras, ilha de edição, instrumentos para iluminação.

O projeto TV UESC funciona em um regime de bolsas e também conta com a participação de quatro voluntários. O acesso dos bolsistas, que são remunerados pela Pró-Reitoria de Extensão (PROEX), se dá mediante seleção, publicada pela PROEX, e realizada periodicamente pela coordenação da TV UESC. Já os interessados em ser voluntários se apresentam, demonstrando a vontade de colaborar com o projeto e aprender sobre as rotinas de produção televisiva, e passam por entrevista com a coordenação. Também compõem a equipe dessa TVU alguns professores do referido curso, que coordenam e supervisionam o projeto e orientam os alunos em suas atividades.

Tanto bolsistas remunerados, quanto voluntários são estudantes do Curso de Comunicação Social, da própria UESC. Em relação às funções desenvolvidas por estes alunos, sete bolsistas se envolvem com a produção de conteúdo (reportagem, produção, design gráfico, edição e direção) e um dá suporte administrativo, resolvendo as questões burocráticas pertinentes ao funcionamento desta TV. Os voluntários também atuam na elaboração dos vídeos.

As atividades desenvolvidas pelos estudantes passam pela definição de temas para reportagens e programas, elaboração e produção de pautas – que inclui a busca por bons personagens, a pesquisa e a produção externa –, orientações aos repórteres, reuniões de equipe e elaboração de relatórios diários contendo o que foi desenvolvido no dia em curso e as pendências que ficam para serem resolvidas – isso facilita que todos acompanhem o que está sendo realizado e o que precisa ser feito, descentralizando a posse de informações. A proposta é que o aluno entenda a necessidade de se pensar o projeto de uma forma integral, participando e sugerindo elementos e composições para elaboração de novas estéticas e criação de roteiros.

Na fase inicial de implantação do projeto, foi priorizado o treinamento do primeiro grupo de trabalho, proporcionando àqueles bolsistas um aprimoramento da prática em atividades de criação, produção, direção e edição em TV, além da concepção e execução do videografismo dos materiais a serem desenvolvidos. Tal prioridade, naquela fase, foi tida como fundamental, pela percepção de que, geralmente, a maioria dos alunos que procura estágio neste setor não têm experiência anterior em televisão. E este é um dos desafios de quem coordena este tipo de ação, pois é preciso sempre contribuir para que o estudante que deseja ingressar neste mercado de trabalho compreenda as lógicas criativas e produtivas em uma televisão. Atualmente, não há mais necessidade de priorizar este tipo de ação, pois, à medida que os novos alunos passam a integrar o grupo, vão interagindo com os outros integrantes mais antigos e participando de um processo de aprendizagem conjunto.

Uma parceria com o Canal Futura, em 2006, gerou benefícios significativos para esta tevê universitária, relacionados à possibilidade de contar com a experiência deste canal na área de produção de audiovisual e também à oportunidade de melhor capacitar os futuros profissionais – os bolsistas da TV UESC – que precisam do contato com o mercado profissional externo para este fim. Nesse sentido, a parceria com o Canal Futura é considerada pela equipe da TV UESC como muito positiva e a perspectiva é de

que, assim que a TV UESC consiga a concessão de um canal aberto, se torne uma espécie de emissora afiliada do Canal Futura.

Outra parceria, que vem sendo estruturada desde 2009, inclui a Universidade Estadual de Santa Cruz no grupo que pretende criar o Sistema Baiano de TVs Públicas. De acordo com a atual coordenação da TV UESC, o projeto para aquisição de equipamentos e para a formação técnica deste sistema, bem como o acordo de cooperação entre as TVs, já estão elaborados. Entretanto, até o momento desta pesquisa, o processo ainda estava em fase de planejamento e aprimoramento das equipes, parecendo se desenrolar ainda de forma lenta.

Em relação ao trabalho conjunto com o Canal Futura, é importante destacar que viabilizou treinamentos esporádicos para os professores da equipe, na sede do Futura, no Rio de Janeiro, para aprimorar a técnica de criação de produtos televisivos. Além disso, tornou possível que alunos do Curso de Comunicação também participassem do programa de formação complementar de estudantes vinculados a cursos de universidades parceiras do Futura - o *Geração Futura*¹⁶². Ao final do treinamento, além de realizar seu próprio vídeo na universidade de origem, o participante deve passar para os colegas o novo conhecimento adquirido.

O vínculo com o Canal Futura também permite a exibição, em rede nacional, de reportagens e séries especiais produzidos pelo grupo da TV UESC em programas veiculados por este canal, como *Jornal do Futura* e *Sala de Notícias*, além de interprogramas¹⁶³ diversos. De 2007 a 2008 – período em que ainda participava diretamente deste projeto, no qual realizei o levantamento destas informações –, foram enviadas pela equipe da TV UESC

¹⁶² O Geração Futura é um projeto do Canal Futura/Fundação Roberto Marinho voltado para a formação de jovens interessados em audiovisual que integrem os cursos de Comunicação das universidades parceiras do Futura. A seleção é feita anualmente, mediante envio de vídeo de até um minuto sobre um tema específico. Os quinze autores selecionados passam cerca de um mês no Rio de Janeiro, sede deste canal, onde integram *workshops* de produção, videografismo, câmera, edição e direção para TV.

¹⁶³ Audiovisual de cunho educativo, produzido para ser veiculado em televisão, caracterizado por ser de curta duração (um minuto) e conter mensagem completa.

para o Canal Futura 34 reportagens, além de um interprograma para a série “Boca no Trombone” – com crianças fazendo reivindicações para um mundo melhor – e outro para a série “Democracia”.

As contribuições da TV UESC para a programação do Canal Futura neste período incluíram, ainda, a gravação do depoimento de quatro crianças da região para participação no *Meu Lugar Secreto* – quadro em que meninos e meninas de todo o Brasil mostravam o que consideravam ser este lugar especial para eles –, para uma nova temporada do programa *Teca na TV*; e um documentário sobre o Curso de Biologia, para integrar uma série voltada a estudantes pré-vestibulandos, intitulada *Profissões do Futuro*. Neste período, a TV UESC também intermediou a exibição de produção de alunos da UESC no programa *Curtas Universitários*.

Desde o momento da implantação deste projeto de extensão, em 2004, os professores, bolsistas e voluntários da TV UESC começaram a produzir documentários sobre temas diversos, a depender da demanda de diferentes setores dessa universidade. Entre estas produções, é possível citar a criação de alguns vídeos: um vídeo institucional para a universidade, solicitado pela reitoria, que ainda não possuía um registro desta natureza; alguns para registrar os projetos da UESC, como a Cia Júnior, do Curso de Administração; e outros para atender às solicitações do Canal Futura. Em 2011, a TV UESC integrou o *Pelo Campus*, do Canal Futura. Este projeto consiste em uma série de programas desenvolvidos em coautoria entre as universidades parceiras, cada uma editando em média dois programas, com reportagens recebidas de outras TVs universitárias. A ideia é que os estudantes mostrem atividades desenvolvidas por suas universidades, sempre sob a ótica da juventude.

A equipe inicial de bolsistas e professores da TV UESC também começou a esboçar o programa *Universus*, no formato de revista eletrônica, para veiculação interna, na própria universidade, em 2006. A exibição do *Universus* começou por meio de monitores de TV instalados em três pontos do *campus* (restaurante universitário e área de circulação dos pavilhões Jorge Amado e Adonias Filho), em horários alternados, considerando o maior fluxo de

peessoas. Esse programa semanal, de caráter multifacetado e com duração média de quinze minutos, vem oferecendo informação, arte, entretenimento e cultura à comunidade acadêmica, mantendo o mesmo perfil do início do processo, sofrendo alterações apenas no que se refere à mudança dos quadros e de vinhetas.

A fim de garantir que o *Universus* chegasse até o público da UESC, os bolsistas do projeto precisavam levar, de forma improvisada, até os monitores um videocassete/DVD com uma fita VHS¹⁶⁴ ou o disco que continha uma cópia do produto e os cabos para a conexão com o aparelho que fica preso a um suporte na parede. A exibição, por isso, não podia ser simultânea. Então, na hora do almoço, era feita no restaurante e, em momentos posteriores, nos dois pavilhões de aulas. Pela precariedade dos procedimentos, nem sempre a audiência estava tão atenta quanto poderia.

Como ressalta o professor José, no ano 2010, esta exibição interna do programa *Universus* estava ficando cada vez mais difícil.

[...] o equipamento estava ruim, as caixas de som com sérios problemas, não se conseguia vencer a disputa com os televisores do pessoal das cantinas, os bolsistas ficavam constrangidos e percebemos que a própria dimensão da tela e falta de qualidade do áudio não favoreciam a exibição. (Professor José, por *e-mail*)

Nesta época, então, o grupo decidiu suspender tais exibições internas do *Universus* e aguardar a instalação dos aparelhos de TV novos, mais modernos e com dimensão maior que os antigos. Tais equipamentos já estão comprados. No entanto, permanecem parados, pois, segundo o professor José, dependem de uma estrutura de ferro para protegê-los. Além disso, é necessário que seja feita a manutenção do telhado que, em dias de chuva, põe a estrutura técnica em risco.

Fora o *Universus*, no início de 2011, chegou-se a discutir a produção de um novo programa, chamado *Retalho Cultural*. Após a elaboração do programa

¹⁶⁴ Apesar de a captação e a edição do material terem sido feitas em equipamentos com tecnologia digital, não havia aparelho que permitisse a exibição dos vídeos nesse formato, por isso era necessário a cópia para VHS.

piloto, professores e bolsistas notaram que a identidade do novo produto estava muito semelhante a do primeiro, o que não o diferenciava como uma nova criação. Além desse fator, como destaca um dos coordenadores da TV UESC, “com todos os problemas nas exibições internas, estava cada vez mais frustrante pensar em produzir dois programas”.

A meta da TV UESC é a instalação de um circuito interno de TV no *campus* da universidade, a fim de exibir toda sua programação, e também a do Canal Futura, com maior agilidade, praticidade e qualidade. Tal meta, inclusive, já foi aprovada pelas instâncias cabíveis, e monitores de TV já foram até instalados no restaurante, nas cantinas e na biblioteca. No entanto, até o momento da finalização desta pesquisa, o cabeamento interno, por conta das especificidades dos processos de aquisição de materiais e execução de obras em uma instituição pública, ainda não havia sido instalado.

O processo de concessão de um canal aberto para exibição da TV UESC está em fase de tramitação em Brasília¹⁶⁵ há cerca de quatro anos. Até a finalização da coleta de dados para esta pesquisa, a informação obtida é que o pedido deve ser contemplado em breve, por constar no Plano Nacional de Outorgas (PNO) 2011¹⁶⁶, do Ministério das Comunicações. Como está no PNO, o requerimento da UESC mostra que a solicitação da universidade atende aos critérios do Ministério das Comunicações para liberação de serviços de radiodifusão com fins exclusivamente educativos. Entre os fatores requeridos estão a disponibilidade de canal na região, o pedido de outorga protocolizado até 07 de julho de 2011, a presença de instituição de ensino médio e/ou superior no município e o respeito ao número mínimo de habitantes por município.

Por meio de observações, leituras de documentos e conversas com a equipe envolvida com a TV UESC, foi possível perceber que desde 2004, quando o projeto começou a ser posto em prática, uma das principais queixas das equipes de bolsistas e também dos professores se refere à distribuição dos

¹⁶⁵ Disponível em: http://www.uesc.br/jornal/jornal_118.pdf Acesso em 03/11/11.

¹⁶⁶ Disponível em: <http://www.mc.gov.br/images/radiodifusao/pno/PNO-EducativaTVE-12072011.pdf> Acessado em 30/10/11.

materiais produzidos. Frequentemente, os procedimentos artesanais adotados para garantir a exibição do *Universus*, por exemplo, acabavam por provocar certos transtornos, como variações de áudio e vídeo.

Em contrapartida, enquanto se aguarda a autorização para transmitir em canal aberto e o desfecho do cabeamento da área da UESC, decidiu-se intensificar o uso do canal criado para a TV UESC no YouTube, em 2006, que não vinha sendo alimentado com a frequência devida. Com o apoio dos bolsistas que compunham a equipe daquela época, foram elaboradas outras páginas na *web* para este projeto. A opção foi aderir às redes sociais, com perfil e comunidade no Orkut, perfil no Facebook, no Twitter e um *blog*. Foi a curiosidade pela exploração destes elementos que impulsionou esta pesquisa.

Nessa perspectiva, além da inclusão do programa *Universus* e de outros programas produzidos por esta tevê na internet, a alteração mais significativa pela qual a programação da TV UESC passou foi a criação, em 2010, do *Encena*, o primeiro quadro ficcional dessa TVU. Ideia de um bolsista, este quadro foi projetado para exibição na *web*, mas fez sucesso também nas exibições internas na UESC. Até o momento da pesquisa de campo, faltava a exibição de dois episódios. O grupo pretendia que os vídeos fossem formatados em DVD, como produto da TV UESC, para continuarem o processo de divulgação. Diante da experiência positiva do *Encena*, a equipe começava a pensar na viabilidade de uma nova série para 2012. Outra ação interessante desenvolvida pela equipe teve como objetivo fomentar ações de extensão universitária para além do espaço físico da TV. Por isso, foi oferecida uma oficina de audiovisual para crianças de uma escola pública do bairro Salobrinho, onde está instalada a UESC – um local distante do centro de Ilhéus, onde vive uma comunidade repleta de carências materiais.

Apesar da fragilidade concernente à distribuição de seus vídeos, a TV UESC desponta no meio universitário como inovadora no campo do audiovisual. O modelo de gestão das produções adotado para o projeto permite que o bolsista desenvolva suas potencialidades, explore as linguagens videográficas e as próprias potencialidades criativas. Dessa forma, na elaboração de cada produto, o aluno busca conexões com as discussões

apontadas pelas disciplinas teóricas, encontrando, assim, no âmbito acadêmico, o espaço propício para as experimentações e hibridismos de linguagens inerentes a este tipo de produção. Nesse panorama, a proposta de ampliação do uso da *web* como plataforma para distribuição do audiovisual elaborado pelas equipes da TV UESC se sustenta na potencialidade que a rede tem para canalizar os vídeos criados pelos integrantes desse projeto, no fomento à aprendizagem colaborativa e informal

Assim, com este histórico da implantação e implementação da TV UESC realizado aqui, dando conta de favorecer o entendimento do que vem a ser este projeto, a razão de ter sido criado, as características que o tornam uma TV universitária e as parcerias e entraves que foram surgindo ao longo dos anos, consegui notar que a expansão para a internet pode representar um passo rumo à solidificação desta iniciativa de extensão universitária. Agora, buscando enxergar como os integrantes do grupo têm compreendido esta necessidade e posto em prática esta alternativa, no próximo tópico apresentarei os dados resultantes das entrevistas com alunos e professores ligados ao projeto e a percepção que eles têm deste panorama. Como complemento às entrevistas, mostrarei também as análises construídas com base nos espaços virtuais desta TV.

5.2 EXPERIÊNCIAS DA TV UESC NA *WEB*

Tomar conhecimento de como os estudantes e seus professores avaliam os encaminhamentos e desdobramentos que a TV UESC vem dando em relação à internet, no sentido de se firmar como uma TV na *web* e ir ao encontro de alternativas que viabilizem a difusão de seus materiais, é fundamental para se perceber como a cultura do ciberespaço vem se estabelecendo entre os produtores de audiovisual universitário, mais especificamente em uma TVU. Além disso, entendo que um dos pontos mais relevantes a se perceber na voz dos alunos e dos professores é como aqueles

se utilizam dos dispositivos da rede para construir seus aprendizados, trocas, conhecimento e como estes compreendem esta construção.

O período de estágio de bolsistas no projeto dura, no máximo, um ano – o contrato inicial é de seis meses, podendo ser renovado por novo período de seis meses. No caso de voluntários, a situação é mais flexível, uma vez que não há vínculo formal nem remuneração. Dessa forma, os alunos entrevistados para esta pesquisa cursavam do 5º ao 8º semestre, com exceção do voluntário do 1º semestre. Como bolsista contratado pela Universidade, o acesso é a partir do 4º semestre, entretanto, no caso dos voluntários, a entrada é flexível.

Com o decorrer das entrevistas, foi possível notar que, à medida que o projeto foi se consolidando, ganhando uma identidade própria, realizando suas produções, a falta de visibilidade da TV UESC, por conta dos entraves técnicos, começou a incomodar tanto as equipes de bolsistas, quanto os professores. Nesse sentido, desde sua implantação, de alguma forma, alunos e professores vêm buscando, constantemente, alternativas diversas para difundir o material produzido. Em 2006, por exemplo, ainda sem conseguir pôr em prática a ideia do circuito interno de TV, foi criado um canal no YouTube¹⁶⁷.

No início, o processo de criação deste canal neste *site* de compartilhamento de vídeos apresentou problemas com as postagens do material produzido pela TV UESC, pois era necessário que a tevê obtivesse autorização da UDO – Unidade de Desenvolvimento Organizacional –, que cuida dos assuntos referentes à informática. Este procedimento tornava as postagens das produções um ato burocrático e lento. Contudo, o tráfego de vídeos sobrecarregava a rede da UESC. Com uma banda¹⁶⁸ limitada, a administração desta universidade implementava ações para não tornar excessivamente lento o trânsito de dados dentro do *campus*. Proibir o acesso a *sites* de vídeos e redes sociais estava entre as principais medidas.

¹⁶⁷ <http://www.youtube.com/user/tvuesc>

¹⁶⁸ Banda é uma rede de transferência de dados e a sua largura determina a quantidade de transferência de bits (dados) que esta rede suporta que seja acessado de uma só vez. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Largura_de_banda_\(telecomunica%C3%A7%C3%B5es\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Largura_de_banda_(telecomunica%C3%A7%C3%B5es)) Acessado em 16/11/11.

Na tentativa de minimizar a questão, um dos computadores da TV UESC foi desbloqueado pela UDO para acesso ao YouTube tendo, como único fim, as postagens dos vídeos do projeto. Posteriormente, a UESC aumentou a banda e liberou o acesso a este *site*. Entretanto, como precaução contra pane na rede, a gestão desta universidade instalou um sistema de controle – toda vez que se atinge um determinado número de acessos a vídeos, o sistema bloqueia novos acessos, até que algumas pessoas se desconectem abrindo espaço na banda. Ainda hoje, o servidor possui um programa de proteção que filtra o acesso a determinadas páginas da internet, como é o caso do Orkut.

Desde que foi criado, o canal da TV UESC no YouTube veio evoluindo vagarosamente, com raras postagens, o que inviabilizava que o projeto avançasse por um espaço que poderia lhe dar visibilidade. Por conta desta lentidão, em 2010, em uma das reuniões entre a coordenação do projeto e os bolsistas, os alunos sugeriram a elaboração de um material impresso (folder e cartaz), explicando todos os quadros e falando sobre o horário de exibição do *Universus* (o programa semanal), com a intenção de tornar o programa mais conhecido e de convidar/convocar a comunidade acadêmica para os momentos de exibição. Neste material, foi disponibilizado também o endereço do canal do YouTube.

Nesta mesma reunião, um dos bolsistas, que ocupava a função de vídeo-repórter, ansioso por mudanças, propôs dinamizar a programação da TV UESC com a criação da primeira série de ficção do projeto. O objetivo era que se conseguisse elaborar uma nova atração, algo leve e que chamasse a atenção do público, já seguindo a tendência de pensamento da equipe de realizar algo mais conectado com a linguagem da *web*.

O programa de ficção se chamou *Encena* e deveria ser um material exclusivo do Canal no YouTube. Na sua primeira temporada, o *Encena* foi exibido logo após o *Universus*, o programa semanal que era apresentado de forma experimental em alguns locais da UESC. No entanto, a avaliação do grupo de professores e alunos que compõem a TV UESC é que ele parece ter chamado mais a atenção mesmo no YouTube¹⁶⁹.

¹⁶⁹ Dados obtidos por meio de entrevista exploratória com uma das coordenadoras, por email.

5.2.1 O Consumo de Audiovisuais na Internet

Foi sobre o hábito de assistir a produções audiovisuais na internet que comecei a conversa com cada um dos entrevistados. Tornou-se necessário saber que tipo de programação os bolsistas e voluntários entrevistados buscam na rede. Os dados obtidos foram relacionados no quadro abaixo.

Quadro 04 - Tipos de TVs a que os alunos assistem na internet

CANAIS ESPORTIVOS
VIDEOCLIPES
MAKING OF
TVS UNIVERSITÁRIAS
TV UESC
WEBSÉRIES
PROGRAMAS DAS TVS CONVENCIONAIS
VÍDEOS
TELEJORNAL
PRODUTOS FICCIONAIS
ENTREVISTAS
HUMOR
MÚSICA

Fonte: Entrevista realizada em abril/11

Através dos dados levantados durante a pesquisa, foi possível observar que, entre os onze bolsistas entrevistados, seis deles não têm o hábito de assistir à TV na *web*, alegando preferir ou assistir muito à TV convencional, por falta de tempo e interesse e, ainda, por terem adquirido o hábito de buscar vídeos na internet a partir do momento que começaram a integrar a TV UESC. Mesmo os que não afirmam ter este hábito, declararam o tipo de programação na *web* que lhes interessa, o que mostra que, apesar de não se constituir um hábito, de fato, os jovens consomem produções audiovisuais por meio da internet.

No quadro 04, é possível perceber o que chama a atenção deste público no que se refere a audiovisual na *web*. O quadro mostra que, além dos interesses pela produção da TV UESC e de outras TVs Universitárias (TVUs), os jovens tendem a buscar na *web* o mesmo estilo de produtos que,

usualmente, assistem em canais abertos e fechados. Para uma geração que cresce tendo maior proximidade com a tecnologia digital, a chance de assistir à TV na *web* significa ter sempre à disposição, para ver no horário mais conveniente, os produtos que lhe interessa, tanto os programas veiculados pelos canais convencionais, quanto as produções que só encontra na *web*.

Com a intenção de identificar o porquê deste grupo de jovens se sentir atraído pela televisão na internet, foram realizados questionamentos sobre as razões que os levam a se interessar pelo audiovisual nesta plataforma.

Quadro 05 – Razões dos Alunos para Assistir à TV na Web

AJUSTE DE HORÁRIO À DISPONIBILIDADE DE CADA PESSOA
POSSIBILIDADE DE FILTRAR O QUE SE QUER ASSISTIR
(RE)CONHECIMENTO DA PRODUÇÃO DE OUTRAS TEVÊS
INTERAÇÃO RÁPIDA
INDICAÇÃO DE AMIGOS, POR MEIO DA PRÓPRIA WEB
FACILIDADE DE ACESSO
EXCLUSIVIDADE DE ALGUNS CONTEÚDOS NA WEB
ACESSO DISPONÍVEL EM QUALQUER OCASIÃO
POSSIBILIDADE DE VISUALIZAÇÃO NA WEB DO QUE NÃO FOI POSSÍVEL NO HORÁRIO EM QUE PASSOU NA TV CONVENCIONAL
CONTEÚDOS DIFERENTES DA TV TRADICIONAL ¹⁷⁰
TUDO O QUE QUISE PROCURAR, VAI ENCONTRAR MELHORAR
ACESSO A CANAIS NÃO DISPONÍVEIS NA TV CONVENCIONAL

Fonte: Entrevista realizada em abril/11

Como pode ser conferido no quadro 5, os alunos entrevistados destacam que os conteúdos disponíveis na *web* permitem que eles selecionem

¹⁷⁰ O termo usado por dois estudantes foi “TV normal”: “Porque na *web* eu posso assistir a diferentes canais que eu não tenho acesso na TV normal e a hora que eu quiser. Eu tenho acesso a um conteúdo que eu escolho, que eu filtro melhor, que eu posso ajustar aos meus horários” (Aluno 01) e “[...] os conteúdos pra TV na *web* são bem diferentes da TV normal, veiculada. Não é só notícia e novela” (Aluno 10). Se entendermos que normal quer dizer, segundo o Dicionário Michaelis online, algo que é “conforme a norma; regular”, podemos compreender melhor a acepção entendida pelos estudantes do que venha a ser uma TV na *web*, uma forma de se fazer e fruir televisão sem regras estabelecidas, que flui de acordo com as demandas e interesses de produtores e espectadores, que se constrói e reconstrói a cada instante, dotado de fluidez.

para assistir somente o que lhes importa. Nesse caso, não existe a necessidade de se ficar preso a uma grade de programação, tendo que assistir a outros programas, enquanto passa o de seu interesse, ou aguardar até o horário exato de exibição da TV convencional – e, algumas vezes, este horário não é cumprido de acordo com o divulgado. Outra vantagem apontada pelos bolsistas e voluntários é ter disponível na internet tanto conteúdos que foram exibidos na TV convencional, quanto vídeos que só circulam na rede. Para o grupo de alunos entrevistados, assistir à TV na *web* ainda permite que se interaja com o que achar conveniente, podendo enviar e receber indicações de amigos via redes sociais, como o Facebook e o Twitter, ou outras ferramentas.

Também na opinião dos estudantes, poder acessar o que é produzido por outras TVUs lhes fornece base para repensar o que está sendo criado para a TV UESC.

Porque tem alguns conteúdos que só existem na *web*. TVs Universitárias várias, que são exclusivamente pra *web* e quando eu quero buscar alguma coisa que me interesse desse conteúdo, aí eu vou pra lá. Mas a minha prioridade em assistir à TV na *web* é quando aparece um conteúdo interessante que eu vejo ali, vou e assisto. [...] Tem de TVs Universitárias e têm aqueles que passaram na TV e eu não tive como assistir na TV e são postados na internet, que também é TV *web*, ali no caso. São conteúdos de programas. Eu quero passar um pouco de tempo, ali agora, aí assisto... Um programa que eu ouvi falar muito, já está gerando repercussão, que foi engraçado e eu perdi, vou lá e assisto. Acho que é importante esse tipo de relação. Ter esse registro na *web* pra você poder acessar quando você quiser. (Aluno Lucas)

No intuito de compreender a relação que os professores mantêm com as produções televisivas voltadas para a internet, procurei saber se eles assistiam à tevê nesta plataforma e as razões que os motivavam ou não a isso. Três entrevistados declaram não assistir à TV na *web* por não gostar, por não ter tempo ou por ter acesso somente a uma conexão lenta, o que dificulta que se vejam vídeos. Os que veem utilidade neste tipo de TV justificaram a facilidade de acesso, a possibilidade de dispor de canais e produções interessantes não

disponíveis na TV convencional e mesmo o fato de gostar de consumir audiovisual na *web*, seja via *streaming*¹⁷¹ ou *download*¹⁷².

Entre os que disseram não ter o hábito de assistir à TV na *web*, um afirmou que só assiste quando há alguma produção da TV UESC que o atraia, e outro, quando assiste, vê matérias do seu interesse, independente de serem da TV UESC ou não. O terceiro deste grupo não declarou se, mesmo sem hábito, assistia a algo mesmo que esporadicamente. Os que se dedicam com mais frequência à televisão na *web* declaram buscar, nesta opção, não por uma TV específica, mas por determinados produtos: utilizam o *Soapcast* (programa P2P¹⁷³) para ter acesso a canais de *streaming* e *sites* que abrem canais de filmes, ou movidos pela busca de eventos esportivos (surfe e MMA¹⁷⁴, principalmente). Mas procuram também séries, notícias, trechos de filmes e programas de vários lugares e países.

Quando questionados sobre a existência de vantagens na busca de programas de TV na internet, os professores entrevistados destacaram a mudança de hábito que têm sido levados a enfrentar. Com a internet, eles veem vantagens no acesso a audiovisuais. Acreditam que podem ir em busca de um segmento, direcionar o tempo disponível para este fim exatamente para um produto que lhes interesse assistir – um gênero, um formato específico –, sem a necessidade de ficar esperando o que a TV tem para lhes oferecer naquele momento.

O meu uso é muito pelo que eu gosto. Eu vou no nicho. [...] As pessoas estão ali comentando, a gente vai, mira ali. Aquele grupo *online* vai de alguma forma migrando para alguns canais, discutindo e até dá dicas de como conseguir o acesso. Às vezes a gente tem um evento que vai passar hoje à noite. Ah... Qual o canal? Têm alguns canais que são bem fixos, o *Soapcast*, mas às vezes quando este não funciona, todo mundo começa a fuçar a internet, aí alguém consegue, têm algumas regras de participação, para que o canal não fique tão aberto, pra

¹⁷¹ Quando um vídeo pode ser assistido *online*, sem a necessidade de ser gravado no computador pessoal.

¹⁷² Em português, significa baixar. Trata-se da transferência de dados da internet para um computador. Por exemplo, precisar transferir um vídeo para o computador pessoal para poder assisti-lo.

¹⁷³ Programas P2P (*peer to peer* ou par a par, em português) possibilitam a troca de arquivos entre computadores sem a necessidade de passar por um servidor central, alterando a arquitetura tradicional da rede (AMADEU, 2010).

¹⁷⁴ Acrônimo do termo em inglês de *Mixed Martial Arts* (Artes Marciais Mistas).

ninguém descobrir, porque tem gente que trabalha pelo outro lado, buscando os caras que estão transmitindo para quebrar isso aí. E assim, até a forma de divulgação entre a gente tem que ser assim, não bota no fórum aberto, não... Manda por mensagem pessoal... Porque no fórum os caras conseguem... (Professor João)

Professor João demonstrou ser o mais interessado em TV na *web* e afirma que a internet fez com que visse menos TV convencional.

A TV na *web*, não. A internet sim, de forma geral me fez assistir menos TV. Mas a TV na *web* não. É porque não dá conta de eu assistir na TV de verdade. Quando não dá conta, aí eu assisto. Mas a internet me fez assistir menos TV, não a TV na internet me fez assistir menos TV. (Professor João)

5.2.2 Importância da TV UESC no YouTube

Embora metade dos professores entrevistados não tenha demonstrado hábito/interesse pela televisão na *web*, reconhecem a importância da implementação do canal da TV UESC no YouTube, como pode ser visto no quadro abaixo.

Quadro 06 – Opinião dos Professores sobre a TV UESC no YouTube

A TV UESC NO YOUTUBE
SUPORE PARA A DIFUSÃO, ESCOA O MATERIAL.
SUPERA O PROBLEMA DE TRANSMISSÃO
POSSIBILITA MEMÓRIA PÚBLICA
POSSIBILITA A PARTICIPAÇÃO DOS ALUNOS, É ESPAÇO PARA PRODUÇÃO DE ESTUDANTES
DÁ VISIBILIDADE AO PROJETO
É NECESSÁRIO, PELA FALTA DE UM CANAL DE TV VERDADEIRO
SUPERA O PROBLEMA DE EXIBIÇÃO NA UESC E FORA DA UESC
MOTIVA A EQUIPE, ESTÍMULO PARA A EQUIPE.
SUPERVÁLIDO. IMPORTANTE, FUNDAMENTAL.
FUNDAMENTAL, UM CANAL A MAIS E COM ALCANCE ALÉM DA ÁREA FÍSICA DA UNIVERSIDADE

Fonte: Entrevista realizada em abril/11

O fato de não ter o hábito de assistir à TV na *web* não significa o não reconhecimento do seu valor. Como pode ser conferido no quadro 06, os

professores percebem que a criação do canal da TV UESC no YouTube como uma ação positiva, pois, segundo eles, este canal coopera para o escoamento da produção – e, com isso, dá visibilidade ao projeto –, fomenta a memória pública (com tudo arquivado e disponibilizado *online*, qualquer um pode ter acesso a qualquer momento), provoca a participação dos alunos e, além de ser mais uma forma de difusão de conhecimento, transcende a área física da universidade.

Na conversa com os alunos, notei o entusiasmo de todos com a criação e manutenção de um canal da TV UESC no YouTube, mesmo que, a princípio, esta alternativa tenha sido bem pouco utilizada. Entre as principais razões apontadas por eles para a avaliação positiva deste canal também está a superação do problema de exibição dos produtos da TV dentro da comunidade acadêmica da UESC, na medida em que as dificuldades técnicas relacionadas à falta de estrutura do projeto para a difusão dos programas para esta comunidade levavam o público a se dispersar. Um dos alunos destaca: “Eu acho que a TV UESC ter um canal no YouTube é fundamental, porque, pela exibição que a gente tem aqui, a gente não tem como atingir o público que a gente quer atingir” (Aluno Marcos).

Além disso, mais um fator considerado muito favorável pelos alunos entrevistados foi a possibilidade de divulgação do que a TV UESC produz, através de outro meio, dando, assim, maior visibilidade ao projeto: “[...] quando começou a ser utilizado esse recurso, a TV UESC teve muito mais visibilidade” (Aluno Gabriela). Na avaliação do outro bolsista, o processo de ocupação de espaços na *web* é irreversível, além de ter mostrado resultados positivos de maneira clara.

Eu achei superbacana. Eu acho que foi um divisor de águas aqui da TV. Posso falar isso porque eu entrei aqui antes e depois. Antes da gente ter contato com a internet. Eu estava no 4º semestre e ainda estava com a equipe antiga. A gente produzia e exibia, só que eu não sentia o envolvimento das pessoas aqui da própria UESC, alunos funcionários, total assim. Eu não sentia que eles se envolviam tanto com esta questão, eu acho que aqui não tinha uma abertura muito grande para essas pessoas darem sua opinião e não tinha tanta visibilidade. Aí entrou a equipe nova, a gente fez reformulações e passou a escoar esse produto nosso na *web*. Criamos um canal, a gente fez toda a comunicação agora com as redes sociais também. E foi incrível. Foi um

boom. Muito grande. Eu senti muito, muito, muito o envolvimento de pessoas dando opiniões de matérias, opiniões de quadros... Foi ótimo! Foi excelente. E eu acho que a situação da TV de uma forma geral tem quer se ligar nesse meio virtual agora, porque é nosso contexto que grita essa necessidade de *web* (Aluno Manuel).

Os alunos reconhecem o ganho para o projeto com a criação do canal da TV UESC no YouTube, uma vez que, a partir da intensificação do uso desta ferramenta, conseguiu-se iniciar um processo de reconhecimento do trabalho desenvolvido por eles. Nessa direção, o aluno Rafael diz que postar programas neste canal “pra gente é muito bom. É a nossa forma mesmo de escoar a nossa produção. É que as outras pessoas têm mais acesso pra conhecer o nosso trabalho, visualizar mais o nosso trabalho...”. Este mesmo bolsista, questionado se o YouTube seria a melhor forma de divulgação que a TV UESC tem, enfatizou: “É a principal forma de divulgação da nossa produção”.

Pelo forte poder de propagação de mensagens, quando questionados sobre o aproveitamento do canal da TV UESC no *site* de postagem de vídeos, de uma maneira geral, os estudantes entendem que já melhorou muito, dado o destaque alcançado por este projeto com o uso deste recurso.

Eu acho que é a nossa forma de divulgação maior, porque as exibições são feitas em horários restritos, então nem todas as pessoas podem acompanhar. Mas ao postar em redes sociais ou ao dizer pra um amigo, um aluno ou um amigo dizer pra um colega que existe um produto legal, que existe um vídeo, uma matéria, as pessoas vão entrar, vão querer assistir. Se não tiver esse material na *web*, as pessoas não vão assistir, não vão tomar conhecimento. Então tá lá, tá todo mundo na internet, tá todo mundo acessando, uma hora ou outra surge um link, a pessoa vai lá, acessa, vê o material... Acho que por conta disso, a divulgação maior. (Bolsista Roberta)

Pela *web*, a pessoa pode sentar na cadeira, parar, assistir, ouvir o que está discutido ali. Assistir realmente. E a pessoa pode selecionar também o que quer assistir. Como a gente pode dividir, pela TV *web*, os quadros, independente do programa inteiro, você pode assistir ao quadro que lhe interessa. “Ah, eu quero assistir mais a parte educativa da TV UESC, alguma matéria”, então eu vou lá e busco a matéria e assisto à matéria. “Ah, eu quero assistir à parte engraçada, à parte que tem um pouco de humor, estou a fim disso”, então vou lá e busco aquilo. Tem uma forma de seleção em si, uma triagem, uma peneirada. Uma autonomia. E pra mim isso é fascinante. Por isso sou super a favor da programação da TV UESC na *web*. (Bolsista Lucas)

É unânime entre os alunos entrevistados o posicionamento sobre ter sido positiva a reativação do Canal no YouTube. Um aluno declara: “[...] eu acho que a situação da TV de uma forma geral tem que se ligar nesse meio virtual agora, porque é nosso contexto que grita essa necessidade de *web*.” (Bolsista Manuel). Este depoimento se junta a outros que evidenciam que a adesão a este ou a outro *site* que permita a disponibilização de vídeos e a criação de canais é um caminho sem volta, não só segue a tendência do momento, mas também acompanha a crescente expansão do uso da internet no mundo.

Os professores entrevistados entendem que é importante o uso dos recursos disponíveis na internet para o aprimoramento das ações da TV UESC. Para estes professores, trata-se de um espaço interessante, principalmente, por permitir escoar parte considerável da produção do projeto, por possibilitar audiências diversas e plurais e por promover a interatividade entre a equipe de produção e o público por intermédio dos *comments*¹⁷⁵. Abaixo, alguns exemplos de comentários deixados em espaços da TV UESC. Todos foram transcritos como aparecem na *web*.

Figura 20 – Comentários Deixados pelo Público no Canal da TV UESC no YouTube¹⁷⁶



CL (4 MESES ATRÁS)
 EU NÃO CONHECIA ESTE CANAL DE
 VOCÊS AQUI NO YOUTUBE E ACHEI
 FANTASTICO! PARABÉNS. VOU
 ACESSAR SEMPRE, RS

¹⁷⁵ Comentários deixados pelo público em páginas da *web*.

¹⁷⁶ Comentários coletados do canal da TV UESC no YouTube no mês de abril de 2011. Os rostos das pessoas nas imagens foram borrados, para assegurar a privacidade. Pela mesma razão, os nomes foram trocados por iniciais, escritas ao contrário.



MF (6 MESES ATRÁS)
 PESSOAL DO CA DE DIREITO DA UESC
 E OCORRERÁ PARALISAÇÃO DE
 TODOS ESTUDANTES DE DIREITO
 DAS ESTADUAIS BAHIANAS, SERÁ DIA
 20/10 E CONTARÁ COM
 PROGRAMAÇÃO PRÓPRIA DE
 CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE O PAPEL
 DO ESTUDANTE NOS MOVIMENTOS
 SOCIAIS E CATALOGAÇÃO DOS
 PRINCIPAIS PROBLEMAS DE NOSSA
 UESC....

VOCÊS DA TV UESC PODERIAM DE
 ALGUMA FORMA FAZER ALGUM TIPO
 DE COBERTURA ???? TENHO
 MATERIAL DE DIVULGAÇÃO ETC.....
 EMAIL: UESC.CAJAM@GMAIL.COM

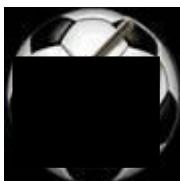
GRATO!!!!



TVUESC (6 MESES ATRÁS)
 GALERA, MUITO OBRIGADO PELOS
 COMENTÁRIOS!! QUALQUER
 SUGESTÃO, ENTREM EM CONTATO
 CONOSCO! ABS

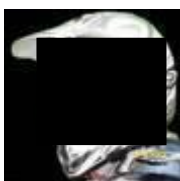


FH (6 MESES ATRÁS)
 VAMOS NESSA, TV UESC!



MG (6 MESES ATRÁS)
 O GERSOM - GRUPO DE ESTUDOS EM
 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E MÍDIA
 NO ESPORTE, FICA EXTREMAMENTE
 FELIZ EM SABER QUE MATERIAIS TÃO
 RICOS ESTÃO SENDO PRODUZIDOS
 DENTRO DA UESC, POR ALUNOS DA
 UESC!

PARABÉNS A TODOS!



MS (6 MESES ATRÁS)
 PARABÉNS A TODOS DA TV UESC, UM
 CELEIRO DE TALENTOS AINDA POUCO
 CONHECIDO PELA COMUNIDADE
 ACADÊMICA, MAS QUE ESTÁ

CONDENADO AO SUCESSO E
ESTRELATO!!

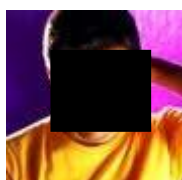
DESEJO UM ENORME SUCESSO A
TODOS VOCÊS!

VINÍCIUS EÇA.



TVUESC (7 MESES ATRÁS)
DESDE JÁ, AGRADECEMOS A VOCÊS
QUE ASSISTEM E GOSTAM DOS
NOSSOS QUADROS! QUANTO AO
QUADRO "ENTRE-ASPAS" COM O
TEMA "SUPER-HERÓIS" SERÁ EXIBIDO
NO PRÓXIMO UNIVERSUS (COM O
TEMA "INFÂNCIA" PARA O DIA DAS
CRIANÇAS). PROVAVELMENTE A
EXIBIÇÃO ACONTECERÁ NO DIA 07
DE OUTUBRO.

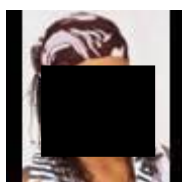
K (7 MESES ATRÁS)
QUANDO VAO POSTAR O VIDEO DAS
ENTREVISTA COM O TEMA DE SUPER
HEROIS, QUE OCORRERAM NO
PAVILHAO DE ECONOMIA E DIREITO
NA SEMANA PASSADA?



CAR (7 MESES ATRÁS)
MUITO LEGAL O [ENCENA]!!



ME (7 MESES ATRÁS)
PARABÉNS.... SOU UESQUIANO E
ESTOU MUITO CONTENTE COM ESSE
ESPAÇO QUE SO DESCOBRI AGORA,
ANTES TARDE DO QUE NUNCA...
ESPERO QUE O GRUPO SE
FORTELEÇA, A COMUNIDADE DA
UESC PRECISA DE GENTE CRIATIVA,
CONSTRUTIVA E PRO-ATIVA!!
SHOW... VIREI MAIS VEZES!



N (11 MESES ATRÁS)
PROJETO MARAVILHOSO. SE NO
BRASIL TIVÉSSEMOS PESSOAS QUE
TIVESSEM ESSE MESMO INTERESSE,
JÁ ãO TERÍAMOS TANTOS
PROBLEMAS. PARABÉNS.

Pelos recados deixados na página da TV UESC no YouTube, pode-se conferir que, embora as manifestações não tenham sido em número expressivo, foram bastante favoráveis ao projeto. Assim, uma docente defende: “Acho fundamental, é um canal a mais para veicular e tem um alcance muito maior do que apenas na área física da universidade” (Professora Clara). Esta outra análise vai além:

Por uma questão de visibilidade e escoamento do material produzido pela TV, acho importante que as produções realizadas pela equipe da TV UESC sejam disponibilizadas na rede, principalmente, no YouTube, inclusive, pelo caráter democratizante do meio. Isso ajuda também a consolidação e motivação da equipe, que vê seu trabalho sendo assistido e, com isso, possibilita maior ânimo para novas produções. E também por sabermos o quanto ainda é difícil um espaço para produções de estudantes em redes de canais de TV, tanto em circuito fechado, quanto em canal aberto. Portanto, acho fundamental que as produções sejam disponibilizadas via YouTube. (Professor Pedro)

Professores e alunos vinculados ao projeto percebem que o YouTube “[...] facilita o acesso ao que foi produzido” (Professor Pedro), pois “[...] há a possibilidade de você ter uma memória, que sirva pra todo mundo. Todo mundo vê produções bem antigas, produções mais recentes [...]” (Professor João). Este sistema funciona como um grande acervo à disposição de qualquer pessoa, a qualquer momento. “Acho que é importante esse tipo de relação. Ter esse registro na *web* pra você poder acessar quando você quiser” (Bolsista Lucas). Estas produções podem ter finalidades voltadas tanto para entretenimento e conhecimento de outros materiais, quanto para fins de pesquisa,

[...] já que o YouTube possibilita a copiagem e reutilização das produções, possibilitando que mais receptores tenham acesso aos materiais e possam reutilizá-los sem a burocracia que, muitas vezes, os outros canais apresentam para distribuição de suas produções. (Professor Pedro)

Além disso, sob o ponto de vista deste professor, que supervisiona a produção de audiovisual na TV UESC, o YouTube se apresenta como um dispositivo que permite inovações no processo criativo.

[...] pela perspectiva de ser um espaço democrático de participação de diversos segmentos da produção audiovisual na *web*, acredito que o YouTube seja um canal bastante promissor para ser utilizado e explorado pelas produções da TV UESC, por possibilitar a criatividade, visibilidade e dinâmica das produções, podendo ser trabalhado para materiais mais curtos ou segmentados, e com uma linguagem dinâmica e criativa, possibilitando a diversidade de produções. É importante destacar que a TV UESC tem como proposta de trabalho implementar diversas concepções audiovisuais com forte cunho educativo, o que permite uma maior hibridização de linguagens e formatos televisivos, o que talvez, em outro suporte eletrônico, seja um pouco mais restrito. (Professor Pedro)

De um modo geral, os professores entrevistados consideram que o YouTube viabiliza o alcance de uma maior audiência, ressaltando, inclusive, que a própria audiência também colabora com uma maior propagação do que tem acesso, uma vez que este *site* de compartilhamento de vídeos “tem um público mais definido, tem um público específico que eu acho que está mais habituado, sobretudo os jovens, né... que estão habituados com a *web*. [...] eles curtem bastante, interagem bem com o que a gente tem feito” (Professora Maria).

Figura 21 – Vídeos da TV UESC mais Acessados no YouTube¹⁷⁷



5:00

[ENCENA] - EPISÓDIO 1 "PRECISAMOS CONVERSAR"

1381 EXIBIÇÕES

7 MESES ATRÁS

¹⁷⁷ As imagens identificam vídeos postados pela TV UESC no canal criado no YouTube e foram coletadas no referido *site* de postagem de vídeos no mês de abril de 2011.



5:01

[ENCENA] - EPISÓDIO 6 "PRAZERES CAMALEÔNICOS"

1092 EXIBIÇÕES

4 MESES ATRÁS



9:36

PROFISSÕES DE FUTURO - CIÊNCIAS BIOLÓGICAS (TV UESC/CANAL FUTURA)

1124 EXIBIÇÕES

1 ANO ATRÁS



4:03

SOBE SOM - MANZUÁ

1062 EXIBIÇÕES

1 ANO ATRÁS



4:10

MATÉRIA: COLÔNIA DE UNA (IMIGRAÇÃO JAPONESA)

907 EXIBIÇÕES

2 ANOS ATRÁS



3:00

O QUE É A TV UESC E A RÁDIO UESC?

872 EXIBIÇÕES

1 ANO ATRÁS



1:26

TV UESC - O AUTO DA COMPADECIDA (TIPOGRAFIA)

832 EXIBIÇÕES

7 MESES ATRÁS



5:00

[ENCENA] - EPISÓDIO 3 "FUNCIONÁRIO DO MÊS"

804 EXIBIÇÕES

7 MESES ATRÁS

A partir da conversa com os alunos, percebe-se o quanto a recepção das produções é importante para os bolsistas, pelo estímulo que a certeza de que o produto chega ao alcance do público gera no grupo. Nessa perspectiva, o professor acrescenta: “Então, acredito que a utilização do espaço do YouTube para as produções da TV UESC só traga ganhos e maiores incentivos para melhorar cada vez mais a qualidade dos materiais” (Professor Pedro).

Ao mesmo tempo que o professor Pedro aponta os ganhos trazidos pelo YouTube para a TV UESC, adverte também que intensificar o uso da internet deva fazer com que o grupo abra mão de um canal de radiodifusão, considerando tal possibilidade como um problema a ser enfrentado. “Ressalvo a importância de se ter viabilizado um canal *broadcast* tradicional, seja pelo espectro ou pela lei do cabo” (Professor André). Assim, este professor entende a internet como uma alternativa para o problema da difusão dos produtos e a consequente falta de estímulo que esta situação provoca nos alunos. Mas percebe o quanto é fundamental um canal de radiodifusão, pela sua maior abrangência. Mesmo que a internet esteja em constante ascensão e tenha um amplo alcance, ainda não suplanta o raio de ação da TV aberta. Esta preocupação baseia-se nos anseios de atingir a um público amplo (tanto dentro da comunidade acadêmica, quanto a população externa).

5.2.3 O uso dos espaços da TV UESC na web

No intuito de ampliar as tentativas de melhorar a divulgação dos produtos da TV UESC, em fevereiro de 2009, foi criado um perfil e uma comunidade no Orkut¹⁷⁸ e, em dezembro de 2009, foram elaborados um *blog*¹⁷⁹, uma conta no Twitter¹⁸⁰ e um perfil no Facebook, em janeiro de 2011¹⁸¹.

No que se refere ao uso destes espaços pela TV UESC, percebemos, através das entrevistas realizadas, que a avaliação é considerada positiva por todos os alunos.

Foram justamente as redes sociais que fizeram a gente ter um contato maior. Não apenas com os comentários no YouTube, mas o Twitter, a galera retuíta¹⁸², coloca para as outras pessoas que não conheciam conhecer a TV, assistir à TV, à nossa proposta, nossos quadros... Então, Orkut, Facebook e Twitter são agora tudo pra gente. É realmente onde a gente tem contato, porque na exibição não há tanta interação assim... A gente vê as pessoas rindo e tal, mas não chegam pra gente pra conversar. Já no Twitter, no Facebook é onde as pessoas estão agora, atualmente, a maioria, e conversam com a gente, dão sugestões... (Bolsista Manuel)

Se não fosse Orkut, Twitter, Facebook eu acho que a gente não teria tanta visualização como a gente tem hoje. Por que como é que as pessoas iam achar? As pessoas simplesmente não procuram uma palavra-chave do nada que vem na cabeça para achar. E se procurarem não vão achar facilmente pela TV UESC. Dada a infinidade de vídeos que tem no YouTube com a mesma temática, não vai aparecer logo de cara. Então quando a gente chega no Facebook e coloca lá... Colocamos um “Entre Aspas”, que é um quadro de humor com um lado mais educativo, sobre Educação Física. [...] Muitas pessoas assistem, começam a dar risada... E o pessoal de Educação Física começa a compartilhar¹⁸³ isso. As outras pessoas compartilham. E você vê o

¹⁷⁸ <http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=13597003436291107887>

¹⁷⁹ <http://tvuesc.blogspot.com>

¹⁸⁰ <http://twitter.com/tvuesc>

¹⁸¹ Como não há disponível a data de criação, a coordenação do projeto levou em consideração a postagem mais antiga para se aproximar de uma data provável para a criação deste perfil.

¹⁸² Termo usado para designar quando uma postagem no microblog Twitter é encaminhado por um dos destinatários para os seus contatos, fazendo com que o conteúdo atinja um número maior de pessoas.

¹⁸³ Quando uma pessoa posta no seu perfil de uma rede social o que viu no perfil de um de seus contatos, ampliando a rede de acesso aquele conteúdo.

número de visualizações aumentando, aumentando, aumentando. E você pensa: “Não imaginei que daria para fazer uma divulgação”. São uma ferramenta poderosíssima, as redes sociais, para divulgação. (Bolsista Lucas)

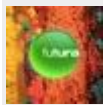
Além destes depoimentos favoráveis acima, destacamos também a fala do bolsista Júlia, que relata que “A partir do momento que lançaram a TV UESC na *web*, a tevê teve mais visibilidade, as pessoas comentam mais, pedem, tem mais aquela participação, deixam as sugestões, então foi de grande importância”. Quando questionada sobre o mesmo tema, a bolsista Luísa enfatiza o fato de que “Várias pessoas que moram em outros lugares têm a oportunidade também de ver”, deixando claro, assim, que foi possível, efetivamente, obter maior divulgação do projeto a partir da intensificação do uso da internet.

Um dos professores que coordena o grupo diz que a “dinâmica criada pelo Twitter parece favorecer melhor o contato com o público” (Professor José, em entrevista exploratória, via *e-mail*). Esta mesma opinião é também compartilhada pelos estudantes:

[...] o Twitter é bastante útil, porque é onde as coisas novas são vistas. O Twitter é bem assim: o que é novo está ali, passando. Quando tem um material, a gente coloca lá e o pessoal todo clica pra ver, se tem a ver com a área dele ou simplesmente pra ver o pessoal da UESC... (Bolsista Marcos).

No Twitter, por exemplo, alguém colocou um link lá, por curiosidade a gente vai e assiste. (Bolsista Luísa).

Figura 22 – Mensagens da Página da TV UESC no Twitter¹⁸⁴



CANALFUTURA CANALFUTURA

BY TVUESC

VEJA COMO A FAMÍLIA E A ESCOLA SÃO FUNDAMENTAIS NA CRIAÇÃO DE HÁBITOS ALIMENTARES SAUDÁVEIS NA INFÂNCIA #JORNALFUTURA

12 APR



TVUESC TVUESC

MATÉRIA HOJE DA @TVUESC NO JORNAL FUTURA (CANAL FUTURA) SOBRE "EDUCAÇÃO ALIMENTAR". ÀS 17:30H E REPRISE ÀS 23H!

11 APR



TVUESC TVUESC

NOVO INSTITUCIONAL DA TV E RÁDIO UESC

2011HTTP://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=0HKUDY3BZKQ

6 APR



TVUESC TVUESC

ACABOU DE SER GRAVADO O NOVO QUADRO PONTUANDO.VEM COISA NOVA POR AI!!!

5 APR



RCA

BY TVUESC

EU ADORO ASSISTIR AOS VÍDEOS DA @TVUESC *-*

7 MAR



TVUESC TVUESC

HOJE TEM EXIBIÇÃO DE UM ESPECIAL COM OS MELHORES MOMENTOS DA TV UESC EM 2010! NO PAV JORGE AMADO E ADONIAS FILHO. NÃO PERCA!

15 MAR

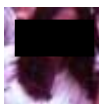
¹⁸⁴ Mensagens coletadas do perfil da TV UESC no Twitter em abril de 2011. Foram inseridas tarjas pretas nos rostos das pessoas, para assegurar a privacidade. Pela mesma razão, os nomes foram trocados por iniciais, escritas ao contrário.



TVUESC TVUESC

MATÉRIA SOBRE O BLOCO "CASADOS I... RESPONSÁVEIS" DE ITABUNA-BA - AGORA!! NO JORNAL FUTURA (CANAL FUTURA). ASSISTAM!

4 MAR



M.A.

BY TVUESC

SIIGAM A @TVUESC E FIQUEM POR DENTRO DAS NOVIDAADEES GALERA! :D

Os alunos percebem o Twitter como eficiente para respostas rápidas e o Facebook mais adequado para a postagem de vídeos.

No Facebook, como a gente tem mais contato, acredito, as pessoas respondem, têm um contato mais próximo. As pessoas dão sugestões, a depender do quadro que a gente produz, mostram material deles pra gente divulgar. É um contato maior. No Twitter é aquela parte mais social da TV, que a gente às vezes coloca. Sempre divulgando algo que está acontecendo. [...] Mas o Facebook é a maneira mais próxima, é o contato mais próximo que a gente tem das pessoas. (Bolsista Júlia)

O Twitter principalmente. Pra gente tem sido mais rápida a resposta. O Facebook também quando a gente posta algum vídeo, o pessoal comenta, indica pra outros. O contato entre nós e os outros é muito mais rápido. (Bolsista Rafael)

Através dos depoimentos obtidos nas entrevistas, foi possível perceber que, de uma maneira ou de outra, ambas as ferramentas têm sido consideradas eficientes no suporte à divulgação dos vídeos da TV UESC. Mesmo que sem uma estratégia desenvolvida pela equipe da TV UESC que permita avaliar a audiência/visualização do que é postado nas páginas criadas para esta TV na internet, os professores acreditam que o retorno do público diante do uso das redes sociais pode ser percebido, principalmente, por meio do *feedback* trazido pelos próprios bolsistas e também por *e-mails* e comentários nos espaços criados pela TV na *web*. Com o uso destes dispositivos, o público sugere temas, levanta discussões sobre a estética dos programas. O retorno é percebido como positivo e vem de contatos pessoais com os alunos ou via internet. “Mas não temos uma metodologia para medir isso” (Professor José). Nesse sentido, outro professor acrescenta: “Não tenho

como avaliar bem. Mas os que assisti parecem ser bem aceitos, embora com audiência pequena” (Professor André).

De fato, a implementação dos espaços da TV UESC na *web* trouxe novo ânimo para os integrantes deste projeto. Saber que o que é produzido chega até o público – e é, de alguma forma, bem recebido – proporciona disposição para que se continue pensando a criação do audiovisual como cabe ao âmbito acadêmico – com linguagens inovadoras, estéticas experimentais e, sobretudo, que colabore com o amplo desenvolvimento das pessoas. O público, como pôde ser visto pelas normas da ABTU, é a meta maior das TVs Universitárias. Uma vez que se percebe ampla participação juvenil neste processo de expansão da TV UESC para a internet, no próximo tópico procurarei discutir a importância do envolvimento, nesta empreitada, de estudantes da UESC que compõem a Geração Digital.

5.3 A GERAÇÃO DIGITAL NA TV UESC

Ao ampliar um pouco a análise do quadro encontrado na TV UESC, percebe-se não uma coincidência, mas um fato. Os jovens que forçaram a ampliação desta TVU para a ocupação dos espaços proporcionados pela internet são representantes do que Tapscott (2010) chamou de Geração Digital, cuja definição e características já foram apresentadas anteriormente. Como pode ser conferido nos depoimentos a seguir, a maneira como a maioria dos alunos entrevistados lida com a cibercultura aponta comportamentos inerentes à geração estudada pelo pesquisador canadense, principalmente, no que se refere à fruição da televisão na internet:

A Geração Internet assiste a menos televisão que seus pais, e o faz de uma maneira diferente. É mais provável que um jovem da Geração Internet ligue o computador e interaja simultaneamente com várias janelas diferentes, fale ao telefone, ouça música, faça o dever de casa, leia uma revista e assista à televisão. A tevê se tornou uma espécie de música de fundo para ele. (TAPSCOTT, 2010, p. 32)

Sobre a mudança de hábitos dos jovens no que se refere ao consumo de produtos audiovisuais, Shiriky (2010) segue uma linha de pensamento semelhante a de Tapscott:

[...] pela primeira vez na história da televisão, alguns grupos de jovens estão vendo menos TV do que os mais velhos. Diversos estudos populacionais – entre alunos de ensino médio, usuários de banda larga, usuários do YouTube – registraram a mudança, e sua observação básica é sempre a mesma: populações jovens com acesso à mídia rápida e interativa afastam-se da mídia que pressupõe puro consumo. Mesmo quando assistem a vídeos on-line, aparentemente uma mera variação da TV, eles têm a oportunidade de comentar o material, compartilhá-lo com os amigos, rotulá-lo, avaliá-lo ou classificá-lo e, é claro, discuti-lo com outros espectadores por todo o mundo. (SHIRIKY, 2010, p. 15-16)

Dessa forma, encontramos algumas falas dos estudantes entrevistados que corroboram com as citações acima: “A TV na *web* dá uma certa facilidade pra gente. O conteúdo está ali, o fácil acesso, uma indicação de um colega. A interação eu acho mais rápida. O tempo não é muito disponível e a *web* dá essa praticidade” (Bolsista Rafael). O colega acrescenta que o conteúdo audiovisual que gosta, mesmo o veiculado pela televisão tradicional, ele assiste “mais na *web* do que na TV, se for parar para analisar” (Bolsista Lucas).

Pelo exposto nas entrevistas, podemos observar que estes indivíduos que fazem parte da geração digital e são estudantes da TV UESC não estão mais dispostos a aceitar aquele modelo de TV em que só o emissor pode se manifestar. Ser a plateia estática não interessa mais, o controle remoto se tornou obsoleto diante do *mouse*. Shiriky (2010), analisando a transição da mídia do século XX para o XXI, ressalta que, no século passado, o foco da TV analógica estava apenas no consumo que o telespectador poderia proporcionar, entretanto “as pessoas gostam de consumir, mas também gostam de produzir e compartilhar. Sempre gostamos dessas três atividades, mas até há pouco tempo a mídia tradicional premiava apenas uma delas” (SHIRIKY, 2010, p. 25).

O novo comportamento diante dos meios de comunicação extrapola o ambiente doméstico. Perguntados sobre a existência de alguma relação entre a criação dos espaços da TV UESC na *web* e o aprendizado de uma linguagem

específica para esta plataforma, os alunos que integraram este estudo não hesitaram:

Eu acho que não. (risos) Não, porque eu sempre fui antenado nessas coisas. Porque a TV UESC entrou na *web* recentemente, pra valer. [...] A gente chegou aqui [...] em 2009. E quando a gente chegou não era utilizada de forma correta a *web*, até porque tinha outras prioridades e não era tão recente. Mas a gente começou a levar a sério [...]. Eu acho que era uma coisa que eu já acompanhava. (Bolsista Marcos)

Não tanto, porque eu já gostava de *web*. Eu sou meio “nerdizinha” nessa questão de ficar no computador, no *blog*, tal... De ficar nesse contato. Tanto que eu acho que a equipe nova que veio depois também. Foi tanto que a gente viu essa necessidade de colocar, de escoar pra *web*. É necessário, já é um contexto totalmente diferente. Quando eu vim pra cá, não era intenso. Tinha um *blog*, mas não era muito ativo, com essa equipe nova a gente movimentou mais. Mas pra mim nem tanto, porque eu já sabia. Já era das redes sociais. (Bolsista Manuel)

Não. Porque das redes sociais eu conhecia bastante. A TV só fez colocar os produtos na *web*. Pra mim continua a mesma utilização e quando postam alguma coisa, eu vou olhar, vou conferir. Mas quanto a alterar minha relação com a *web*, não. (Bolsista Roberta)

No entanto, apesar de alguns jovens entrevistados declararem que têm hábitos que os enquadre no que Tapscott denominou de Geração Digital, não significa que todos os integrantes desta geração apresentem as mesmas características, como se bastasse nascer neste período para estar dotado de determinado potencial. Sabe-se, conforme discutido no capítulo 2, que os indivíduos nascidos entre janeiro de 1977 e dezembro de 1997 tiveram a possibilidade de crescer junto com a proliferação da cultura digital e que, em razão disso, muitos sujeitos foram estimulados a desenvolver habilidades necessárias para o trânsito no ciberespaço. Todavia, nem todos tiveram a oportunidade de crescer em um ambiente conectado ou permeado de artefatos digitais. E, ainda assim, tendo este acesso, é preciso levar em consideração as características inatas a cada indivíduo. Assim, alguns bolsistas, cujos depoimentos foram destacados abaixo, demonstram que o hábito de buscar audiovisuais na internet e transitar por redes sociais só foi desenvolvido a partir do contato com os colegas do projeto:

Eu aprendi muito com a produtora Maria¹⁸⁵, porque ela tinha muito esse contato. Como ela entrou primeiro que eu, foi a partir dela que eu comecei a olhar outras TVs na *web*, outros canais na *web*, porque eu não tinha muito essa afinidade. (Bolsista Júlia)

Eu comecei a ver mais vídeos a partir do momento em que eu comecei a acompanhar as produções da TV UESC. Eu não sou muito de ficar ligado na internet. Eu faço mais o que é necessário. Então, a partir do momento que eu comecei a mostrar também para os meus amigos, a dizer “olha, que legal a matéria que a gente produziu e tal”, eu comecei a acompanhar outros materiais que são produzidos de TVs universitárias. (Bolsista Luísa)

Na verdade, eu sou meio preguiçoso. A TV eu só vim a ter contato há pouco tempo, por incentivo do professor João¹⁸⁶. Mas minhas fontes são outras, não é tanto a TV. (Bolsista Miguel)

5.3.1 Educação no Ciberespaço

Com a intenção de investigar as maneiras como os alunos que integram a TV UESC constroem saberes no ciberespaço, o percurso feito por eles, as trocas, os encontros, as possibilidades de produção colaborativa, tornou-se imprescindível desvelar se os ambientes abertos para a TV UESC na *web* já tornaram possível o encontro dos bolsistas entrevistados com outros produtores de audiovisual. A intenção com este questionamento foi perceber se a equipe do projeto já havia passado por alguma experiência de produção colaborativa, se o contato com outros indivíduos que criam audiovisual havia gerado alguma forma de parceria, de produção conjunta. Por entender que criar de maneira colaborativa é um dos benefícios proporcionados pela internet e que esta geração em estudo comporia o grupo mais propenso a ações desta natureza, quis verificar se este tipo de ação já tinha ocorrido com integrantes da TV UESC.

¹⁸⁵ Para resguardar o entrevistado, o nome verdadeiro foi omitido.

¹⁸⁶ Para resguardar o entrevistado, o nome verdadeiro foi omitido.

TABELA 01 – Ocorrência de Encontro com Outros Produtores Na Web

SIM	08
NÃO	02
NÃO SABE	01
TOTAL	11

Fonte: Entrevista realizada em abril/11

Conforme demonstrado na tabela, a maior parte dos estudantes entrevistados afirma ter encontrado outros produtores, a partir das páginas da TV na *web*. Os jovens que responderam afirmativamente sobre os espaços da TV UESC na *web* terem proporcionado o contato com outros produtores de audiovisual dizem que descobriram, principalmente, integrantes de outras TVs universitárias, mas também pessoas da área que não estão vinculadas a nenhuma TVU. Eles chamam a atenção para o fato de que alguns destes contatos proporcionaram reuniões presenciais e trocas de matérias para divulgação junto à rede de amigos/profissionais/contatos de cada um dos indivíduos. Outro aspecto destacado pelos bolsistas diz respeito aos comentários deixados nos espaços virtuais da TV UESC por colegas, pois acreditam que isto estimula a equipe da TV UESC como um todo.

Percebe-se, assim, que, para os bolsistas entrevistados, a conexão com outros centros produtores é considerada relevante e, de alguma maneira, um estímulo no processo criativo. Entretanto, a aproximação de outros estudantes de Comunicação, profissionais da área e TVs Universitárias de outras instituições ainda não gerou um projeto conjunto. Embora considere que conhecer e trocar experiências com o outro por meio das potencialidades da internet já seja um avanço, entendo que o exercício da troca de conhecimento, do compartilhamento de saberes vá muito além, no momento em que se consegue realizar conjuntamente, suplantando a autoria isolada, o domínio, e gerando uma obra em que identidades e escolhas se misturam.

Nessa perspectiva é que os encontros na rede podem ressaltar o caráter de emancipação das tecnologias.

Na sociedade potencialmente hiperconectada, a cultura vive as possibilidades da colaboração, do ativismo em torno do compartilhamento do conhecimento e, simultaneamente, os conflitos nascidos das tentativas de controle e manutenção da velha indústria cultural. A necessária expansão das redes coloca em xeque os instituídos modelos de reprodução dos saberes e a própria educação. O aprendizado exige a exploração das redes de saberes e das malhas de produção de conhecimento. (PRETTO; SILVEIRA, 2008, p. 10)

É sob a ótica de Pretto e Silveira (2008) que enfatizo a necessidade de que, no âmbito da educação, se busque explorar ao máximo a propensão da internet para promover o rompimento das amarras impostas pela indústria cultural, proporcionando novas formas de trocas de saberes, construindo bases para novas educações.

Nessa batalha entre colaboração e competição, a educação, aqui como em diversos casos, pode ser o instrumento que propicia condições para a conquista da autonomia política ou pode, na segunda face da mesma moeda, ser simplesmente o aparelho ideológico do Estado em que se reproduz a ideologia dominante. Essa disputa de modelos não é nova e sempre esteve presente, inclusive dentro da pedagogia. Nada há de novo na opção entre uma educação cartorial e participativa, entre uma avaliação punitiva e como instrumento pedagógico construtor de referências. A novidade é o ganho de espaço de uma lógica comercial competitiva, disfarçada sob um véu de educação pela proteção de direitos. (BRANT, 2008, p. 70)

Os argumentos de Brant (2008) reforçam o quanto é fundamental que se reflita sobre as potencialidades educativas que advêm do exercício da colaboração a partir da rede mundial de computadores e o caráter libertador implícito neste contexto, que permite a percepção das TIC como instrumentos que podem contribuir para que as pessoas conquistem autonomia política. Visando, então, investigar se os integrantes da TV UESC têm o hábito da prática da colaboração, questionou-se os professores sobre a possibilidade de os bolsistas/voluntários, que atuam nesta TVU, conseguirem produzir de maneira colaborativa entre si ou com outros produtores de audiovisual, a partir de contatos feitos por meio da *web*. Todos os professores entrevistados responderam positivamente a tal questão, embora reconheçam que esta plataforma tem se apresentado para a TV UESC muito mais como um suporte

no sentido de divulgar os materiais do projeto. Conforme afirma o professor José, “A *web* serviu como possibilidade de mostrar a outras pessoas, de outras instituições, suporte como difusor. Mas como intercâmbio ainda não”.

Ainda no que tange a esta temática, alguns docentes relataram também a ocorrência de encontros da equipe do projeto com outros produtores de audiovisual, por meio da abertura criada pela internet: “Dá pra ver isso até pela quantidade de pessoas que estão *linkadas*¹⁸⁷ à TV UESC, ou que os amigos fazem a atualização...” (Professor João). Aos poucos, a internet vai permitindo o contato com outras TVs universitárias, outros produtores independentes, pessoas que, de alguma forma, têm um vínculo com a produção audiovisual. Mesmo que ainda de modo tímido, a rede mundial de computadores na TV UESC tem permitido este encontro entre profissionais ou futuros profissionais da área.

No depoimento dos docentes, pode-se notar também como eles percebem a integração proporcionada pelo trabalho colaborativo realizado entre os próprios integrantes do projeto.

Acredito que a divisão do trabalho aqui deixa muito claro [*a colaboração*]. Existe a coisa definida teoricamente, existe uma divisão de trabalho, existem reuniões onde a gente define funções específicas, mas que na verdade uma acaba contribuindo com a outra. A princípio essas relações deveriam ser simétricas. É claro que, no dia a dia, no cotidiano, a subjetividade se manifesta, a gente sabe que estas relações podem ser nem tão colaborativas, simétricas. Mas o trabalho acaba sendo fruto de algo que é da equipe inteira. [...] Todo ano, quando começa a entrar uma nova leva de bolsistas, a coisa começa a se delinear. É o perfil do estudante que está fazendo no momento. É o fruto dessa dinâmica do dia a dia, dessas relações que eles estabelecem e eu acho, sim, que é uma forma colaborativa, até porque a forma de se produzir é uma forma colaborativa. Eu não enxergo um trabalho em televisão que não tenha sido resultado de um trabalho colaborativo. (Professor José)

O professor André também afirmou identificar essa postura observando o modo como as produções são encaminhadas: “[...] de forma coletiva e

¹⁸⁷ No YouTube há a possibilidade de se colocar como amigo daquele canal. Até o momento desta pesquisa (03/12/11), a TV UESC contava com 67 amigos.

colaborativa. Não há um engessamento das funções tradicionais de TV”. A professora Clara acrescenta: “E, ao final do processo, não existe alguém que seja o autor do material, já que ele é de responsabilidade de todos. Isso torna o processo mais democrático e participativo”.

De maneira geral, as realizações em televisão são resultado do esforço de um grupo, dadas as especificidades inerentes ao processo de criação, produção e veiculação de um audiovisual. Assim, como afirma a professora Clara, “[...] o trabalho em equipe é fundamental no projeto”. Nessa direção, outro docente ressalta que a produção televisiva é, essencialmente, resultado de uma atividade colaborativa e acrescenta que a divisão de tarefas deixa clara a necessidade da colaboração.

Existe a coisa definida teoricamente, existe uma divisão de trabalho, existem reuniões onde a gente define funções específicas e que na verdade uma acaba contribuindo com a outra. A princípio, essas relações deveriam ser simétricas. É claro que, no dia a dia, no cotidiano, a subjetividade se manifesta. A gente sabe que estas relações podem não ser tão colaborativas, simétricas. Mas o trabalho acaba sendo fruto de algo que é da equipe inteira. Tanto que, [...] eu percebo que quando muda o perfil de quem está produzindo, da equipe, de alguma maneira isso toca o perfil daquilo que está sendo produzido pela TV. O que é natural. Todo ano, quando começa a entrar uma nova leva de bolsistas, a coisa começa a se delinear. É o perfil do estudante que está fazendo no momento. É o fruto dessa dinâmica do dia a dia, dessas relações que eles estabelecem e eu acho, sim, que é uma forma colaborativa, até porque a forma de se produzir é uma forma colaborativa. (Professor José)

Interessante perceber na fala do professor José acima o elemento subjetividade. Este educador pondera as características psicológicas de cada indivíduo, que podem contribuir tanto para que haja uma maior colaboração entre os pares, quanto para tornar esta cooperação uma tarefa árdua para o grupo. Desta maneira, quanto mais os sujeitos são propensos a perceber que aquela não é uma realização exclusivamente sua, mas, sim, composta por etapas compartilhadas com a equipe, melhor o resultado final e o aprendizado possível para todos. O professor Pedro enfatiza que um projeto como a TV UESC é um exemplo de como se pode e se precisa pensar e trabalhar colaborativamente, demonstrando na prática para o estudante a importância desta postura para a base da formação de um profissional competente,

diligente e multidiversificado, que sabe pensar e executar um processo de maneira adequada, abrangente e igualitária.

O estudante, logo ao entrar no projeto e sendo inserido nas dinâmicas produtivas necessárias à execução audiovisual, percebe rapidamente a necessidade de um trabalho em equipe integrado e entrelaçado desde a ideia até a distribuição do material. Ele aprende que o material precisa ser pensado no coletivo, em conjunto com todos os componentes da equipe [...]. Ele compreende que o seu trabalho, seja ele qual for, está interligado ao do colega, e que é imprescindível o diálogo, a constante avaliação e reavaliação do processo nos seus detalhes [...]. Assim, ele também é estimulado a dar e receber contribuições dos outros componentes da equipe, numa forma de inter-relação que visa a boa qualidade do material como um todo. Tudo precisa ser pensado, planejado, executado e avaliado conjuntamente, como uma orquestra, para que o resultado final seja adequado ao planejamento. Quando isso não ocorre, o estudante também percebe o quanto a falta de uma boa execução e planejamento de alguma fase do processo pode comprometer o processo como um todo. E, ao final do processo, não existe alguém que seja o autor do material, já que ele é de responsabilidade de todos. Isso torna o processo mais democrático e participativo. (Professor Pedro)

Bonilla (2004) destaca que, no âmbito educacional, as experiências com o uso das TIC – especialmente, a internet – estiveram, durante muito tempo, associadas à busca de informações. Este comportamento demonstra a tentativa de manter, também com as tecnologias digitais, o tradicional modelo educativo comunicacional, transmissivo. Assim, simplesmente, com as TIC, livros e professores cederiam espaço para a busca de informações na rede, subutilizando todo o potencial possível de ser proporcionado por estas tecnologias. Como contraponto, a autora defende que também na escola possa se compreender a *web* como um ambiente de partilha, de aprendizagem e de produção colaborativa. Desta maneira, passa-se a falar em construção do conhecimento pelos pares que constituem uma comunidade de aprendizagem.

[...] porque nesse ambiente virtual de partilha, as pessoas refletem sobre a própria construção das aprendizagens, das representações e dos conhecimentos, sobre o que elas são, sobre seus universos, suas realidades, seus cotidianos. Através da abertura de canais de comunicação e de espaços para produção colaborativa e para publicação, retira-se o privilégio da posse do conhecimento, seja de

quem for, uma vez que o conhecimento foi gerado dentro da comunidade. (BONILLA, 2004)

Nesse sentido, proporcionar que os jovens que integram a TV UESC estejam inseridos em um processo de produção de conhecimento baseado na partilha da produção colaborativa é estimular que cada um percorra seu caminho e que este trajeto esteja permeado de aprendizagens. Primo (2003) usa o termo cooperação como um avanço em relação à colaboração, uma vez que, para o autor, esta última expressão pode trazer a noção de “uma colagem, sem discussões durante o processo criativo”, enquanto um trabalho cooperativo pressuporia debate entre os atores envolvidos. A perspectiva deste trabalho tecido com base na cooperação parece aproximar-se mais do que tem sido proposto pela TV UESC, da elaboração conjunta de saberes e aprendizagens. Portanto, embora os encontros, via internet, dos estudantes que integram a TV UESC com outros produtores de vídeo ainda não tenham proporcionado uma parceria que gerasse uma produção colaborativa, é importante enfatizar, como dito pelos professores entrevistados, que a colaboração/cooperação está na base de tudo que se produz em um projeto de extensão com o perfil da TV UESC.

A fim de verificar as formas como a TV UESC pode contribuir para a formação profissional dos alunos que têm a oportunidade de integrar esta equipe de extensão, buscou-se saber o significado que a participação neste projeto tem para os bolsistas. Os resultados obtidos estão descritos no quadro 04:

QUADRO 07 – TV UESC e Formação Profissional dos Bolsistas

Muito importante
Local ideal para estágio
Não tem o imediatismo das outras TVs
Bastante aprendido
Liberdade para experimentar
Prática do que aprendeu em sala de aula
Complemento ao que aprendeu no curso
Proporciona responsabilidade
Prepara para o mercado de trabalho

Fonte: Entrevista realizada em abril/11

Nas falas dos integrantes da equipe de bolsistas e voluntários da TV UESC, todos estudantes de Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV, pôde-se observar, no que se refere à importância da participação na TV UESC para a sua formação profissional, o uso frequente de termos relacionados à experimentação, liberdade, à chance de poder pensar a produção audiovisual de forma livre, como compete a um ambiente acadêmico, de inovação. De forma unânime, os bolsistas identificam a TV UESC como uma experiência proveitosa, na medida em que, para eles, o projeto vem se configurando como um lugar de aprendizagem, de prática, de trocas, de aprimoramento do que é visto em sala de aula.

[...] quando eu entrei na UESC, eu sempre quis vir pra TV, porque eu sempre achei que era o lugar ideal pra estágio, por ser uma TV de cunho educativo, por não ter tanto o imediatismo de outras TVs. Mas tem essa formação de que a gente procura produzir conteúdo de qualidade. [...] A gente tem possibilidade de aprender bastante aqui. A gente tem a possibilidade de fazer cursos também. Então não é uma coisa que prende tanto a gente, mas também dá essa liberdade pra gente experimentar mesmo. (Bolsista Marcos)

A TV UESC é tudo na minha vida. [...] A TV UESC é tudo pra mim. Eu aprendi muito, muito, muito, muito mesmo! Multiplique o dobro do que eu aprendi em sala de aula, foi tipo o espaço em que eu tive a oportunidade de colocar em prática minhas ideias, tudo que eu aprendi na sala de aula... Eu sou apaixonada... Ele trouxe uma diferença muito grande pra minha vida, eu aprendi sobre produção – que eu não tinha noção ainda –, gravação, edição, aprendo um pouco de tudo aqui, experimento muito e a convivência com as pessoas você aprende muito. A gente aprende um pouco de tudo. É muito melhor aqui, porque a gente aprende como realmente é a gravação lá fora e é ao mesmo tempo um espaço pra gente experimentar, que lá fora a gente não tem. Então, é tudo! (Bolsista Manuel)

Eu vejo a TV UESC como um lugar de experimentação e de aprendizagem. O profissional que vai sair do curso e passa pela TV UESC tem uma visão mais educativa da comunicação. [...] Aqui a gente tem liberdade para experimentar, liberdade para ter uma visão outra que a gente não pode fazer lá fora. Então liberdade para criar, liberdade para produzir, liberdade para editar, pra inovar. Acho que isso pode fazer a diferença no mercado. O mercado está saturado de profissionais, mas para os profissionais que vão levar algo novo, eu acho que pode existir espaço. (Bolsista Roberta)

A TV UESC foi um grande diferencial. Foi um dos melhores trabalhos que eu tive na minha vida. Tive uma experiência antes com uma TV comercial, de Itabuna. A TV UESC foi o espaço que eu tive aqui na

universidade, nesse período que eu estava de experimentação, pra poder tentar ver quais são os meus limites, tentar me conhecer mais, o que eu gosto mais, que tipo de função eu posso desempenhar futuramente. Está sendo uma experiência pra mim de me conhecer como profissional, pra saber o que eu quero e lutar pelo que eu quero quando eu estiver fora daqui. (Bolsista Lucas)

A TV UESC é uma escola pra mim. Porque na sala de aula a gente fica mais na teoria, querendo ou não fica mais na teoria e é aqui que eu coloco em prática. Apesar das disciplinas práticas que existem, mas é aqui no dia a dia, que eu tenho a oportunidade de ter experiência. (Bolsista Luísa)

Por meio das entrevistas colhidas com os estudantes, foi possível notar que, ao mesmo tempo que estes jovens encontram na TV UESC um lugar que representa para eles um laboratório, imprimem no projeto sua percepção de mundo, suas práticas. Este é o caso da crescente aproximação desta TVU com o espaço da *web*, que tem clara participação estudantil. Assim é que, de uma forma geral, os alunos entrevistados ressaltaram que, a partir do uso da *web* pela TV UESC, foi possível sentir a necessidade de a equipe envolvida neste projeto desenvolver produtos que contassem com uma linguagem mais curta, dinâmica, “como o público da *web* gosta”. Além disso, acrescentaram que, a partir do momento em que se valoriza o uso da internet, se percebem as tendências de comportamento do público neste espaço. A percepção destas tendências promove a reflexão acerca da criação de recursos de linguagem para que determinado produto seja adequado para o ambiente da internet.

As entrevistas com os professores mostraram que os docentes também acreditam que a TV UESC seja uma experiência favorável para a formação de futuros profissionais do audiovisual. Desta maneira, os educadores ressaltam, principalmente, que embora seja um local de produção e envolto em obrigações, as condições do ambiente proporcionadas pela TV UESC dificilmente são encontradas no mercado de trabalho.

[...] o principal diferencial do projeto TV UESC é o fato da participação dos alunos em toda a cadeia produtiva do audiovisual, desde a elaboração de novos projetos à pós-produção – o que gera alguns problemas administrativos, por outro lado, viabiliza ganhos enormes de *know-how* aos futuros profissionais que dali saem. (Professor André)

A aprendizagem torna-se uma constante nesse processo, principalmente, porque o estudante interage com as diversas etapas do processo de produção, assim como desenvolve a capacidade do trabalho em equipe, de tomada de decisões e compartilhamento de ideias, com um constante exercício de criatividade, diálogo e troca de experiências. Ele torna-se mais autoconfiante e motivado a explorar mais e mais seus potenciais nas diversas dimensões de trabalho oferecidas na proposta da TV UESC, capacitando-o a acreditar em suas potencialidades e em suas possibilidades como futuro profissional, já que pode viver, na prática, muito do que é exposto e aprendido nas disciplinas do curso. (Professor Pedro)

De uma forma geral, os professores percebem a TV UESC como um lugar em que os alunos podem ter formação diferenciada, adquirindo senso de responsabilidade, ao mesmo tempo em que dispõem de liberdade criativa e, ainda, podem suprir possíveis carências de aprendizagem referentes ao Curso de Comunicação Social oferecido pela UESC, onde todos são graduandos. Um dos professores entrevistados destaca que o trabalho na TV UESC, além de procurar reproduzir as rotinas produtivas de uma emissora de TV dita profissional, tem forte cunho acadêmico e laboratorial. Esta característica oferece ao estudante “[...] uma liberdade de criação, de experimentar linguagens, de brincar com o conteúdo que eu acho isso incomparável com qualquer outro lugar” (Professor José).

Outro professor complementa a ideia do professor José, enfatizando que esta permissão dada para que os bolsistas possam criar livremente é considerada fundamental para a prática em vídeo. E acrescenta: “Além do diferencial de aproximar o curso de outras áreas/cursos da UESC, a TV tem utilidade pública para a comunidade acadêmica” (Professor Clara). Porém, como adverte o professor João, a liberdade criativa, todavia, não quer dizer falta de compromisso ou comprometimento, “[...] eles desenvolvem um senso de responsabilidade muito interessante [...]”.

Na opinião do professor Pedro, este projeto é um dos poucos espaços institucionalizados, dentro da UESC, para a formação de estudantes na área de Comunicação, configurando-se como um importante núcleo de orientação de futuros profissionais em audiovisual. Nesse sentido, contextualiza a implantação da TV UESC:

A proposta foi uma luta conjunta de professores e alunos durante anos no Curso de Comunicação Social, como tentativa de possibilitar aos estudantes uma experiência empírica sobre o processo produtivo e educativo que é sua base profissional. Introduzindo o estudante na prática profissional e em um aprendizado processual, baseado na troca de experiências e aquisição de habilidades técnicas e conceituais que o ajudarão a tornar-se mais preparado para sua introdução no mercado de trabalho. (Professor Pedro)

O professor Pedro também defende que a experiência na TV UESC pode servir, ainda, como acesso ao mercado de trabalho, uma vez que, com materiais criados coletivamente, bolsistas e voluntários do projeto podem compor seu currículo e produzir o seu portfólio – material essencial para posteriores avaliações externas e possíveis contratações. Nas suas palavras, “Isso motiva muito o estudante ao trabalho e à reflexão da prática de sua profissão, já que ele é incentivado a trazer novas ideias e novas possibilidades estéticas e conteudísticas para a dinâmica das produções.”

Além da possibilidade de estágio e da aproximação do mercado profissional, a parceria firmada entre a TV UESC e o Canal Futura oferece mais oportunidades aos alunos. Um dos professores enfatizou a chance encontrada para exibição das matérias para um público amplo. Soma-se à melhor difusão das produções o aprendizado proporcionado pelo Geração Futura. Embora só possam ir dois alunos de cada universidade parceira por ano, “[...] quando eles voltam trazem um *know how* e de alguma forma influenciam quem está ao lado” (Professor João). Este professor chama a atenção para a qualidade das produções feitas pelos alunos para o Geração Futura. Um dos alunos que participou de uma das edições destas oficinas do Canal Futura se mostra bastante satisfeito:

Nossa, o retorno disso foi muito, muito bom. Foi uma oportunidade excelente. Porque aqui a gente dá o retorno pra TV, né? Então a gente foi lá, fez oficina de vídeo, aprendeu de tudo, desde edição até videografismo, fotografia. E eles querem justamente fortalecer este laço entre a TV universitária e o Canal Futura. A gente aprende, mas tem que devolver isso pra cá, é a questão do interprograma. A gente tem que fazer um interprograma aqui na TV UESC, usar o espaço, equipamento, tudo que você precisar. E fazer com o nome da TV. (Bolsista Manuel)

Além da compensação pelo aprendizado proporcionado pelas atividades desenvolvidas no Geração Futura, como expõe o bolsista Manuel, o participante selecionado tem como compromisso compartilhar o conhecimento adquirido neste período fora com os colegas que ficaram. Não só por meio da elaboração de um produto audiovisual em que empregue conteúdo/técnicas estudados, mas disseminando este novo saber a partir das atividades do dia a dia.

Já sobre a ligação entre a criação dos espaços da TV UESC na *web* e o aprendizado da linguagem do audiovisual para este suporte por parte dos alunos, cinco dos professores entrevistados demonstram definir como clara a influência deste exercício de criação para a melhor compreensão e aprimoramento desta linguagem.

Porque eles acabam tendo que repensar os formatos tradicionais de televisão. Então eles aprendem o formato tradicional, mas também têm que repensar isso na *web*. Como é que você faz esta adaptação, como é que você produz para esta convergência de mídias... (Professora Maria)

Pensando no universo do próprio estudante, dessas tecnologias, e vai usar estas ferramentas como forma de pensar o audiovisual, sim. Talvez seja uma visão utópica, mas acredito que as ferramentas novas podem propiciar esse aprendizado e a experimentação também. (Professor José)

Acrescenta-se à ideia de que o aluno aprimora suas habilidades na linguagem para a *web* o fato de que este meio “[...] tem proporcionado uma metamorfose na produção midiática e os estudantes precisam acompanhar” (Professora Clara). Como exemplo, alguns professores destacam o programa “Encena”, um projeto idealizado por um bolsista, feito para ser veiculado na *web*. “Ele foi pensado tendo como foco um público mais abrangente, não só o público da universidade” (Professor José). “Pensando em um espaço diferenciado. E aí ele é interativo na coisa de participar do vídeo, mas até no formato ele foi pensado diferente. Os enquadramentos...” (Professor João). Soma-se ao fato de ter sido a primeira produção idealizada para a *web*, a questão do Encena ter também quebrado uma barreira que existia na produção

dos alunos do Curso de Comunicação da UESC, que era a das produções de ficção. Isso porque este tipo de produto exige maior cuidado e empenho na preparação de atores.

O único professor que não afirmou ter certeza sobre a possibilidade de a prática nos espaços da TV UESC na *web* poder influenciar no aprendizado da linguagem do vídeo para a internet, entretanto, reconhece: “No aprendizado não sei ao certo, mas penso que influencie na vontade de aprender, uma vez que a maioria dos alunos interage com o universo *web* e se interessa por isso” (Professor André).

Diante de situações como estas, que surgem no âmbito acadêmico a partir do envolvimento dos estudantes com novas práticas culturais que conduzem à apropriação das TIC, Brant (2008) chama a atenção para um aprendizado que perpassa o formato tradicional da educação formal.

A idéia de um professor que escreve duas lousas (ou dois quadros-negros, dependendo de onde se esteja no Brasil), lê todo aquele conteúdo, faz os alunos copiarem e termina a aula, mostra-se cada vez mais fora do lugar. Num cenário em que a informação é cada vez mais abundante, fica evidente que a questão central não é a simples disponibilização da informação, mas, sim, a facilitação de processos de aprendizagem em que a seleção e a organização da informação brigam contra um déficit de atenção. Nesse contexto, o professor se torna essencial como facilitador, animador ou mediador de processos. Seu papel de provedor unilateral de informação vai perdendo espaço (BRANT, 2008, p. 71-72).

Nessa tessitura, reafirmo as ideias de Lemos (2010), ao sugerir que se entenda a virtualização como a instância que permite ler as coisas, mas que é imprescindível que se vá além, problematizando, atualizando conteúdos, escrevendo, produzindo novas materiais a partir de novas concepções. É preciso ir além. Em um panorama educacional pós-massivo, não cabe mais o papel daquele professor que acredita apenas em um modelo de ensino transmissivo.

Na era da cibercultura, educar significa enfrentar os desafios de incluir as pessoas na cultura digital. Os processos de escrita/leitura *on-line* são estratégicos nas diferentes etapas de formação de professores e pesquisadores. (COUTO; OLIVEIRA; ANJOS, 2011, p. 158)

O acesso a produtos audiovisuais de gêneros diversos e das mais variadas origens deve servir também para que os indivíduos façam suas releituras, reelaborem, ressignifiquem e se expressem. No que se refere à constituição do ser humano, é possível “[...] dizer que as tecnologias da informação e comunicação carregam uma dimensão pedagógica” (BONILLA; COSTA; VENTURINI, 2009, p. 500). Essa afirmação tem como base o fato das TIC trazerem uma pedagogia própria por possibilitarem acesso permanente a informações atualizadas, além de determinarem valores.

Nesse sentido, a habilidade para interagir com essas tecnologias tem levado a Geração Digital – e as gerações seguintes, a partir do incremento da cultura digital – a transitar com desenvoltura por ambientes virtuais, antes inimagináveis. Neste percurso, estes jovens fazem descobertas, criam produtos que são compartilhados com seus pares, descobrem novos *softwares* e as vantagens de suas aplicações, estudam, ensinam. A partir do advento e disseminação das TIC, o processo de ensino-aprendizagem tem sofrido alterações, passou a não mais depender diretamente do espaço físico da sala de aula e os instrumentos que podem estar à disposição dos estudantes favorecem a troca, o conhecimento comum.

Ainda que os jovens envolvidos com a TV UESC tenham desempenhado o papel de mola propulsora para os avanços no ciberespaço, nota-se o quanto esta construção que se inicia na esfera da internet se encontra ainda em bases fragilizadas. Os avanços iniciais não se sustentam. Este é um consenso para a equipe – um assunto que será discutido no próximo tópico.

5.4 DIFICULDADES E DESAFIOS DA TV UESC NA WEB

Pelo exposto até aqui, podemos afirmar que, sem dúvida, de uma maneira ampla, estender as ações da TV UESC para a internet representou ganhos enormes para o projeto e seus integrantes. No entanto, a sistemática da rede requer uma dinâmica nem sempre possível de ser alcançada pelos bolsistas e professores que integram o quadro desta tevê universitária. Apesar de terem o *blog* e citarem, nos seus depoimentos, as vantagens do uso das redes sociais (Orkut, Facebook, Twitter) e do *site* de compartilhamento de vídeos (YouTube) para o projeto, o que foi possível observar, através da pesquisa, é que a frequência em que estes espaços são atualizados não condiz com a lógica de sobrevivência no ciberespaço.

5.4.1 Percepções Acerca do Uso dos Ambientes da TV UESC na web

Os componentes da TV UESC também foram questionados sobre como avaliam o uso do canal criado no YouTube. A tabela abaixo nos mostra o nível de satisfação dos alunos com as condições desse espaço. Nesta tabela, importa destacar que apenas um aluno avalia o uso que vem sendo feito do canal criado no YouTube como satisfatório.

TABELA 02 – Opinião dos Alunos sobre o Canal da TV UESC no YouTube

PRECISA MELHORAR	10
SATISFATÓRIO	01
TOTAL	11

Fonte: Entrevista realizada em abril/11

Mesmo reconhecendo a importância e o ganho obtido pelo projeto com a abertura do canal, os estudantes que fizeram parte da pesquisa percebem a necessidade de avanços nesta dinâmica de postagens e atualização de vídeos, no sentido de alcançar maior destaque e constância nos acessos do público aos conteúdos da TV UESC.

Para averiguar a frequência que os ambientes virtuais da web eram alimentados, no mês de abril de 2011, visitei sistematicamente cada um deles (perfil Orkut, comunidade Orkut, *blog*, perfil no Facebook, canal no Youtube e perfil no Twitter), procurando observar, principalmente, a periodicidade de postagem, a quantidade de material disponível, o número de membros, amigos ou seguidores e a disponibilização de informações atualizadas. A seguir, os dados sistematizados:

Perfil no Orkut: trazia as informações de identificação atualizadas, com a equipe que estava atuando na época, com os contatos da TV UESC e indicações para o canal no YouTube, para o *blog* e o Twitter. Apresentava ter 101 amigos e participar de seis comunidades (TV UESC, Canal Futura e quatro relacionadas ao Curso de Comunicação da UESC). Disponibilizava 22 vídeos e 23 recados¹⁸⁸ (nenhuma destas mensagens referente diretamente a conteúdo da TV UESC). As últimas movimentações foram: 11/08/10 (adicionou sete novos amigos), 01/09/10 (adicionou quatro amigos) e 01/09/10 (adicionou nove vídeos).

Figura 23 - Perfil da TV UESC no Orkut¹⁸⁹

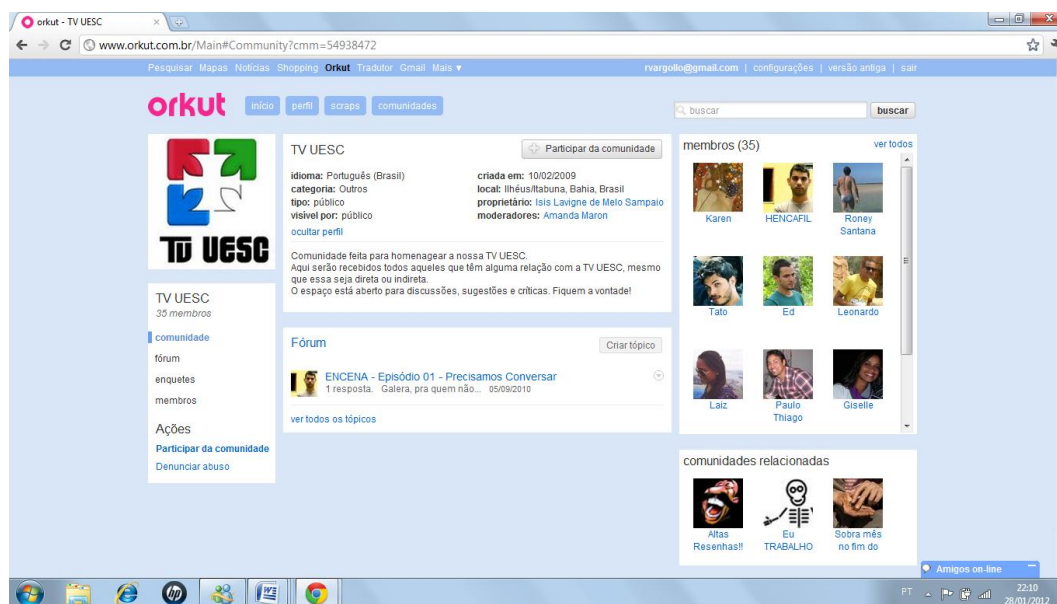


¹⁸⁸ No Orkut, chama-se "scrap".

¹⁸⁹ Fonte: <http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=13597003436291107887> Acessado em 28/01/12.

Comunidade no Orkut: Contava com 40 membros e não trazia identificações sobre o projeto. A última atualização havia sido feita em 05/09/10 e consistia em um fórum sobre o programa Encena, quando do lançamento da série. Não houve comentários.

Figura 24 - Perfil da Comunidade da TV UESC no Orkut¹⁹⁰



Blog: Não apresentava indicações da equipe no perfil. Trazia identificação do projeto com endereço do canal no YouTube, entretanto ainda fazia referência à exibição quinzenal no Pavilhão Adonias Filho. A primeira postagem foi em 17/12/09, tendo um *post*¹⁹¹ em 2009, 17 *posts* em 2010, sendo que a última atualização tinha sido feita em 06/05/10. O *blog* da TV UESC não contava com nenhum seguidor (também não disponibilizava ícone para adesão de seguidores).

¹⁹⁰ Fonte: <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=54938472> Acessado em 28/01/12.

¹⁹¹ Publicação.

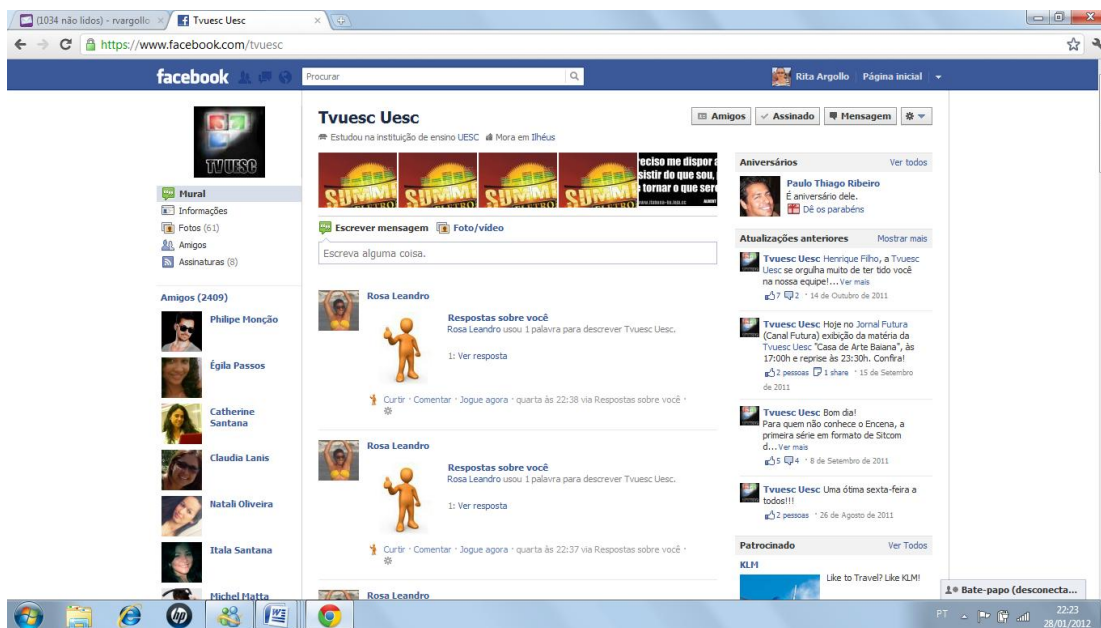
Figura 25 - Blog da TV UESC ¹⁹²



Facebook: Quando analisado, o perfil da TV UESC no Facebook contava com 519 amigos, não apresentava dados de identificação do projeto e disponibilizava 15 fotos em um álbum intitulado “Equipe TV UESC 2011”, mas não contemplava todos os integrantes. Esse álbum havia sido atualizado em novembro de 2011, cerca de dois meses antes da data do acesso para este estudo. As últimas atualizações deste espaço foram feitas em 06/04/11, data de postagem de um novo vídeo institucional do projeto, e 25/04/11, divulgando uma exposição de fotografias.

¹⁹² Fonte: <http://tvuesc.blogspot.com/> Acessado em 28/01/12.

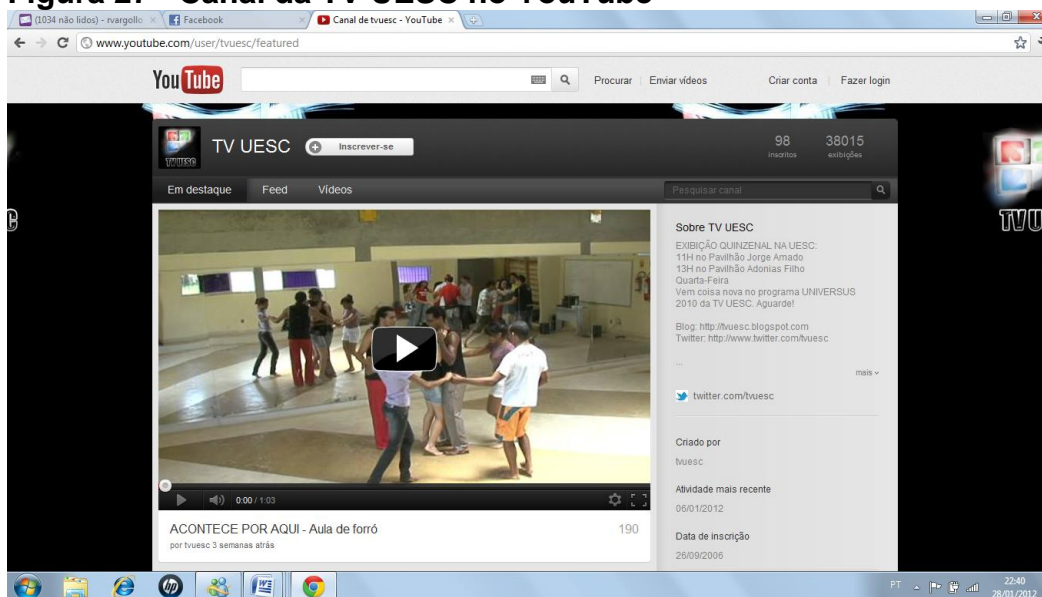
Figura 26 - Perfil da TV UESC no Facebook¹⁹³



YouTube: No período em que foi feita a análise, a última atualização do Canal da TV UESC no YouTube havia sido feita há quatro meses. O Canal contava com 55 amigos e 70 inscritos e já somava 7.020 exibições. São disponibilizados os endereços do *blog* e do perfil do Twitter, contudo ainda trazia o esquema de exibições do Universus no Pavilhão Adonias Filho. Na página principal, apresentava o vídeo institucional da TV UESC, postado em 04/03/2010, tendo 871 exibições. Como os outros ambientes virtuais da TV UESC, este canal foi visitado em abril de 2011, entretanto ainda trazia uma chamada referente às novidades para 2010: “Vem coisa nova no programa Universus 2010 da TV UESC. Aguarde!”.

¹⁹³ Fonte: <https://www.facebook.com/tvuesc> Acessado em 28/01/12.

Figura 27 - Canal da TV UESC no YouTube¹⁹⁴



Twitter: Quando observado, o perfil da TV UESC no *microblog* Twitter dispunha de 450 seguidores e seguia 408 perfis. Desde sua criação, em dezembro de 2009, até 30 de abril de 2011, foram enviados aos seguidores 262 *tweets*¹⁹⁵ – no mês de abril de 2011 foram apenas quatro, o último no dia 12. Na página do Twitter constavam as indicações de endereço para o *blog* e para o canal no YouTube.

Figura 28 - Perfil da TV UESC no Twitter¹⁹⁶



¹⁹⁴ Fonte: <http://www.youtube.com/user/tvuesc/featured> Acessado em 28/01/12.

¹⁹⁵ Mensagens.

¹⁹⁶ Fonte: <http://twitter.com/#!/tvuesc/statuses/35696830373171200> Acessado em 28/01/12

Em outubro de 2011, foi feita para a TV UESC uma página no Facebook, além do perfil já existente. Com isso, percebe-se que há um esforço no intuito de dinamizar os espaços, porém ainda incipiente. A visita que fiz à nova página foi no dia 29/01/12. A última postagem neste mês foi no dia 12 – também a única feita no referido período.

Figura 29 - Página da TV UESC no Facebook¹⁹⁷



A observação dos ambientes criados para a TV UESC na *web* permite que se conclua que, efetivamente, foram abertas várias frentes de trabalho, buscando explorar as potencialidades oferecidas pela rede para iniciativas do porte do projeto em questão. No entanto, nota-se também que parece ter faltado determinação para que se continuasse o trabalho com o empenho exigido. O acompanhamento feito permitiu afirmar que, de uma maneira geral, o potencial disponível é subutilizado e que alguns espaços sequer são reconhecidos como importantes. No caso do *blog*, as intervenções se restringiram apenas à postagem de alguns vídeos e à indicação para o canal do YouTube. Isso mostra que, de fato, o ambiente não é muito explorado, não é alimentado de maneira sistemática. Durante as entrevistas, muitos alunos sequer se referiram a esta página na *web*.

¹⁹⁷ Fonte: <https://www.facebook.com/pages/TV-UESC/243546435696235> Acessado em 29/01/2012.

Os *blogs* proliferaram na internet por se basearem em dois mecanismos essenciais: atualização constante e valorização do microconteúdo¹⁹⁸. Em muitos casos, a alimentação com novos assuntos é quase diária. A noção de simplicidade destes *sites* propõe a fácil utilização, com os posts identificados sempre com data e hora, uma vez que são espaços organizados em torno do tempo (RECUERO, S/D). A autora acrescenta: “*Bloggeiros* são como vizinhos. Todos os dias visitam-se mutuamente. Alguns chegam a atualizar o seu conteúdo várias vezes ao dia, para manter o interesse das visitas” (RECUERO, S/D). Nesta mesma ótica, Mielniczuk (2001) reforça que, no ciberespaço, a atualização frequente dos produtos jornalísticos não implica em problemas, uma vez que não é necessário se preocupar com os custos referentes ao espaço ocupado pela informação, pois, se comparados a outros meios, tais custos não são considerados elevados.

O objetivo apresentado para intensificar o uso da internet em favor da TV UESC sempre esteve associado à ideia de que as produções do projeto pudessem ser mais vistas por outras pessoas. Contudo, no que se refere ao Orkut, pela baixa periodicidade de uso e pelo posicionamento dos alunos – alguns sequer têm conta nesta rede de relacionamentos –, é também perceptível o desinteresse dos entrevistados pelos espaços abertos nesta rede social. “Perfil no Orkut, eu não sei lhe dizer, porque eu não tenho Orkut” (Bolsista Marcos). Apesar de, na atualidade, a queda de popularidade deste *site* de relacionamentos e a crescente falta de estímulo entre os jovens por ele se apresentarem como uma tendência, certamente, isso não justificaria o seu não uso, principalmente por um grupo que busca visibilidade, e que, através de depoimentos, reconhece o poder destas mídias e o quanto o uso delas têm favorecido à TV UESC. Embora a fala do bolsista Luísa – “Eu acho que em relação a Orkut, Twitter, Facebook a gente está equilibrado. A gente procura explorar não apenas uma, mas a gente procura usar as três” – conduza a outro raciocínio, o que se percebe é a subutilização dos espaços abertos no Orkut.

É conveniente acrescentar que ainda que a atualização do *blog* e do Orkut seja insatisfatória, os demais ambientes criados na internet também passam por períodos de oscilação.

¹⁹⁸ Pequenos textos, que facilitam a atualização constante.

Tem uma época que eu já percebi, principalmente, quando eu estava fora da TV UESC, que [os espaços da *web*] não era bem atualizados. Acontecia uma atualização uma vez ou outra, com períodos de espaçamento muito grande de tempo. Mas quando isso está sendo postado, eu percebo que há um bom retorno pra gente. (Bolsista Roberta)

Poderia explorar mais. [...] Porque por mais que a gente poste, ainda tem que pôr mais. Porque na *web* a gente tem que estar conectado o tempo todo atualizando. É uma mídia muito, muito rápida. Se você deixa um dia de postar alguma coisa, de fazer algum comentário, você já está atrasado. (Bolsista Luísa)

Nas entrevistas realizadas, foi possível perceber que os estudantes entendem o Twitter¹⁹⁹ e o Facebook²⁰⁰ como grandes espaços de encontro do momento, por isso percebem o ganho que investir na exploração destes ambientes pode representar para o projeto. Dizem que o Twitter “é onde as coisas novas são vistas” (Bolsista Marcos), que estas redes aproximaram a TV UESC do público, uma vez que auxiliam tanto na divulgação, quanto na produção dos vídeos, na medida em que os produtores solicitam ajuda, como personagens para reportagens, entrevistados sobre determinados temas, e recebem retorno.

No entanto, os estudantes ressaltam que é necessário aprimorar cada vez mais o canal virtual da TV UESC, a fim de que o projeto não perca a audiência conquistada em um primeiro momento, através da inserção desta *tevé* universitária no *site* do YouTube.

[...] quando você cria um hábito ali na internet, as pessoas começam a se adequar aquilo ali e se você relaxar com esse hábito, você relaxa as pessoas também, você perde público. É uma coisa também arriscada, porque você coloca um conteúdo na internet, você precisa saber como conquistar esse público e manter esse público [...] É instantâneo demais. Porque como a oferta é muito grande, se você não alimenta constantemente, ele já muda o foco... [...] Já muda! Esquece. É incrível como a pessoas esquecem. Eu posso entrar [em um determinado *site*] aqui agora e assistir a uma coisa bem legal aqui, por duas, três semanas. Se chegar na quarta, quinta semana, eu não vir mais [nada interessante], eu esqueço o que é. Perco o hábito. (Bolsista Lucas)

¹⁹⁹ <http://twitter.com/tvuesc>

²⁰⁰ <https://www.facebook.com/profile.php?id=100001513336681>

O depoimento deste aluno mostra sua preocupação com o fato de que o público da internet pode deixar de nutrir interesse por determinado *site* com a mesma facilidade com que se interessou por este. Eles reconhecem que o fluxo de informações, de apelos, na rede mundial de computadores, é extremamente instantâneo. Como a oferta de materiais de naturezas diversas na internet é muito grande, se determinado espaço desta rede não é atualizado constantemente, quem navega em busca de novidades se desinteressa por ele.

Sobre esta questão levantada pelo bolsista, relacionada à falta de alimentação constante do Canal da TV UESC no YouTube, Palacios (2002)²⁰¹ entende que não há um modelo canônico para a produção *online*. O autor ressalta, contudo, as principais características deste tipo de criação: multimídia/convergência (convergência de imagem, texto e som), interatividade (capacidade de fazer com que o leitor/interagente se sinta parte do processo de produção), hipertextualidade (possibilidade de interconexão de textos por meio de *links*), customização do conteúdo/personalização (também chamada de individualização, é a possibilidade de configuração dos assuntos de acordo com o interesse de cada indivíduo), memória (viabilidade técnica e econômica de acúmulo de informações) e, por fim, instantaneidade/atualização contínua (agilidade de atualização permitida pela tecnologia digital).

É sobre a instantaneidade da *web* que o bolsista entrevistado anteriormente chama a atenção. Uma vez que um *site* é criado, ele precisa seguir determinados parâmetros para que continue sendo acessado. A sua permanência no ciberespaço independe do número de acessos que tenha, mas a visibilidade necessária para a difusão de novos produtos e para a continuidade de investimentos em determinados projetos está associada ao interesse do público. Assim, é preciso considerar que a facilidade criada pelas tecnologias telemáticas para a atualização dos espaços na *web*, ao mesmo tempo que permitiu ao produtor autonomia para fazer circular suas criações,

²⁰¹ No texto em questão, o autor se refere ao jornalismo *online*. A ampliação é feita para outros produtos desenvolvidos para a internet por entender a similaridade entre ambos. A produção jornalística para a internet também é chamada de webjornalismo, jornalismo eletrônico, jornalismo digital, jornalismo hipertextual ou ciberjornalismo.

também possibilitou ao interagente o acesso ágil a quaisquer endereços na internet.

O consumidor de produções nesta rede de computadores foi habituado a ter informações atualizadas ininterruptamente. A instantaneidade deste meio de comunicação já chegou a ser apontada por estudiosos do jornalismo *online* como sendo a sua principal característica²⁰². “Já não é preciso esperar o jornal de amanhã ou o noticiário da noite. Em qualquer momento é possível acessar um webjornal e ler as notícias de interesse atualizadas” (Mielniczuk, 2001). Portanto, o espaço comunicativo que não oferecer o novo está suscetível de ser esquecido. Entretanto, aquele que conseguir oferecer constantemente materiais e assuntos de interesse do público conseguirá não só permanecer ativo na rede, mas obter propagação de maneira viral, a partir da indicação de um sujeito para outro e para suas redes, sucessivamente.

Um dos bolsistas que fez parte do grupo de pesquisa reforça o poder que a internet tem no sentido de propagação de conteúdos, uma vez que as pessoas que gostam de algum produto que visualizam, retransmitem-no para sua lista de contatos. Esta ação do usuário da internet nem sempre é tomada com a intenção de colaborar com a divulgação da TV UESC ou de qualquer outro material ao qual se esteja tendo acesso. Entretanto, seus interesses particulares corroboram com a difusão daquele determinado material.

É uma forma também de querer se exibir, de mostrar que assistiu a uma coisa bacana [...] Acho que tem muito a questão de ego nas redes sociais. Você tem essa coisa de criar seu perfil, de querer mostrar quem é você através dali, através de frases. E vídeo é uma forma muito também das pessoas quererem mostrar qual o seu gosto, qual é sua personalidade. [...] por mais que esteja compartilhando com outras pessoas, também está mostrando ali o tipo de coisa que gosta de assistir. [...] E também têm várias pessoas nas redes sociais aí que colaboram. E têm também têm várias pessoas que são suas amigas, essas pessoas, sim, falam “vou ajudar os caras”. E essas outras pessoas, amigos deles, vêm e compartilham. Então há um compartilhamento intenso que ajuda na exibição. (Bolsista Lucas)

²⁰² Disponível em:

<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudo=229>

Acessado em 10/11/11.

Consideramos interessante esta visão do aluno Lucas sobre esta intenção subliminar do público, porque fala de uma divulgação que não é provocada diretamente pela TV UESC (ou por qualquer um que posta um material na *web*). A TV UESC ganha com a propagação de seus materiais, mas a intenção primeira do indivíduo poderia ser a de associar a própria imagem a algo que considere importante. O interesse da pessoa que “curte”²⁰³, encaminha, compartilha um material, inicialmente, poderia ser chamar a atenção para si. No entanto, mesmo que seja esta a razão, a TV UESC ganharia por tabela, uma vez que ampliaria a sua rede de acesso.

5.3.2 Sugestões para Melhoria do Canal no YouTube

Considera-se que as críticas formuladas pelos alunos que atuam no projeto acerca da atualização do canal no YouTube não são desconectadas de um contexto. Durante as entrevistas realizadas para esta pesquisa, notei que os bolsistas compreendem os entraves que emperram os avanços da TV UESC, tanto que, quando questionados, eles próprios sugerem iniciativas que entendem como viáveis para a melhoria do referido espaço na *web* (cf. Quadro 03).

Quadro 08 – Sugestões dos Alunos para Melhoria do Canal da TV UESC no YouTube

OPINIÃO DOS ALUNOS PARA MELHORAR O CANAL NO YOUTUBE
Criar produtos mais interativos, voltados para a própria <i>web</i>
Aumentar a divulgação em outros <i>sites</i>
Alimentar o canal com mais frequência
Explorar mais a agilidade, característica da <i>web</i> .
Instituir programação mais curta
Incentivar o hábito da visita do público, mantendo-o fidelizado.

Fonte: Entrevista realizada em abril/11

É possível observar que as sugestões dadas pelos bolsistas entrevistados são mecanismos que independem da estrutura administrativa da Universidade Estadual de Santa Cruz. Na verdade, como mostra o quadro 05,

²⁰³ Termo usado em ícone do Facebook, usado quando se quer expressar que gostou de alguma publicação.

os alunos entrevistados indicam posturas mais atreladas à criação, edição e distribuição dos materiais produzidos pela TV UESC, como valorizar mais a interatividade, aprimorar a linguagem em busca de agilidade e melhorar a divulgação na internet, principalmente, alimentando o canal do YouTube com maior frequência.

Além da apropriação da linguagem da *web* como forma de aprendizado, a *web* como espaço para difusão de audiovisual por estudantes está entre as questões centrais desta pesquisa. Neste sentido, buscando perceber a opinião dos alunos sobre a eficácia do uso deste espaço pela TV UESC para o fim de divulgação de seus produtos, perguntei se eles já haviam participado de produções da TV UESC e o que acharam da divulgação destes materiais. Dos 11 entrevistados, apenas uma aluna, recém-chegada ao projeto, ainda não tinha participado da realização de um vídeo para TV UESC. Os outros 10 estudantes já traziam experiência com este tipo de atividade. A maioria acha a divulgação dos produtos da TV UESC satisfatória, mas chama a atenção para a necessidade de melhorar. A única resposta positiva veio de um bolsista que conta que, por se tratar de uma reportagem para o Canal Futura, houve divulgação nacional e disseminação na *web*, o que o deixou satisfeito. Mas esta repercussão é pontual.

Na opinião da maioria dos alunos entrevistados para este estudo, a divulgação das produções da TV UESC poderia ser maior. “De divulgação, a gente está indo muito devagar, mas a gente tem tido um reconhecimento, o pessoal já tá comentando pela *web* mesmo...” (Bolsista Rafael). No entanto, de uma maneira geral, os estudantes entendem que este avanço depende do seu próprio envolvimento. Entretanto, demonstram ter uma ideia clara da relação TV UESC-*web*. Acreditam no ganho imediato com a maior visibilidade do projeto, com a possibilidade de escoar as produções. E reforçam: “A *web* foi a grande sacada” (Bolsista Rafael), “Apropriação do espaço da *web* é só o início” (Bolsista Lucas).

Já os professores consideram bom o uso do YouTube pela TV UESC. A professora Maria, inclusive, ressalta que a utilização é a melhor que se pode fazer, diante a falta de estrutura. “Eu acho que o espaço que a gente tem é esse. E está sendo muito bom. Tem sido muito assistido, as pessoas têm

tecido comentários... Não podia ser melhor. Os meninos estão sabendo utilizar o espaço”. Entretanto, este mesmo professor reconhece que o aproveitamento ainda é tímido, sem explorar todas as potencialidades da ferramenta e ressalta, também, que compreende que este “é um espaço que não pode ser negado”, diante do panorama atual de avanços acelerados da rede mundial de computadores. Na fala de um dos professores entrevistados há sinalizações no sentido de que “o grupo do projeto poderia ser mais presente” (Professor João), “ter uma estratégia mais planejada” (Professor João).

Muitos professores destacam que o aproveitamento do YouTube tem melhorado, mas ainda requer atenção, como pode ser visto no depoimento do professor José:

O uso da *web* pela TV até o momento, ele realmente cresceu. A gente está tentando designar esta função a um dos componentes, a uma voluntária. A coisa não engrenou, mas a gente pretende que tenha alguém para alimentar continuamente. Mas, mesmo tendo crescido, há a se fazer: uma página melhor elaborada, a gente poderia estar em conexão muito mais próxima de outras TVs universitárias ou criar estratégias de divulgação de nossos vídeos dentro da *web*... (Professor José)

O mesmo professor ressalta o potencial do espaço que ainda pode ser aproveitado:

Ainda é subutilizado. Tem muito campo pra crescer. Eu imagino ter alguém responsável por esta parte, tanto de criação gráfica – que têm os meninos que tem uma função específica pra isso – ao mesmo tempo teria que ser alguém que fosse um gestor social, um gestor das relações que a UESC mantém com as instituições parceiras ou com o público em geral, criar estratégias mesmo. Não sei se esse é o propósito da TV, sua criação, mas se for seguir por este caminho é o que pode ser feito. (Professor José)

Para um dos professores que coordena o projeto, a tentativa dos alunos de chamar a atenção para a TV UESC dentro da própria instituição por meio da *web* funcionou bem para o público externo, embora esta não fosse a intenção primeira. O interesse deles era que a comunidade acadêmica tivesse a oportunidade de ver o material quando quisesse, independente dos dias de exibição.

Hoje eles percebem o canal do YouTube como grande possibilidade de escoamento e os poucos comentários positivos (no canal) que temos servem de motivação para equipe. Eles também comentam que são reconhecidos ou que as pessoas de fora e de dentro da UESC comentam sobre o programa, pois alguns têm acessado a *web* e a partir daí, param para assistir o *Universus* nos nossos pavilhões. Penso que foi extremamente positiva a movimentação do Canal do YouTube, ainda que pequena e não tão organizada como desejamos. Eu, particularmente, seguindo a ideia de intercâmbio e de troca entre TVs universitárias parceiras, acho interessante que tenhamos um canal na *web* bem elaborado, para poder fazer, como outras instituições já fazem, uma divulgação em outras tevês universitárias. Acho que isso está no início e talvez ainda mude muito. (Professor José, em entrevista exploratória, via e-mail)

Em suma, a despeito de diversos entraves descritos e analisados até aqui, no que tange ao uso dos espaços virtuais da TV UESC, é possível afirmar que há uma notória tendência por parte dos alunos que fazem parte desse projeto de extensão à apropriação dos espaços proporcionados pela internet. Nesse sentido, observa-se que também na perspectiva dos professores que integram o grupo da TV UESC os espaços da *web*, de uma maneira geral, são entendidos como forma de realimentar o que se faz no dia a dia e proporcionar o diálogo com o público. Além disso, tais espaços corroboram para fortalecer a imagem da TV UESC perante a comunidade. Contudo, os docentes também reconhecem que a utilização ainda é tímida diante do potencial que estes dispositivos oferecem e percebem que a alimentação e a divulgação das informações dependem muito do bolsista que está responsável por esta função.

Durante a pesquisa, tivemos a oportunidade de notar que a tarefa de alimentar as páginas virtuais da TV UESC fica sempre a cargo de um estudante. Quanto a esta questão, o que tem sido notado pelos professores é que a dinâmica dessas páginas melhora, se o perfil do aluno está mais voltado para as questões relacionadas à internet. Quando a responsabilidade por este trabalho é entregue a um bolsista desinteressado pelo ciberespaço, as páginas são deixadas para segundo plano, sendo suplantadas por outras atividades.

Um das últimas levas de estagiários que veio mais atenta, parecendo ter mais acesso ainda desde menor à internet, pelo perfil mesmo das pessoas, começaram a ajeitar esse canal. Começaram a

deixar bonitinho. Hoje ele já tem uma carinha bonitinha e tem muito material. (Professor João)

O canal no YouTube foi uma iniciativa dos docentes, porém a alimentação com novas produções – a cargo dos alunos – sempre foi considerada um problema. É interessante notar no depoimento do professor João que o incremento do canal no YouTube (assim como a implementação de ações em redes sociais) ganhou força com a chegada de novos bolsistas, principalmente a partir de 2010. Pode-se compreender tal fato considerando-se que, naquele momento, o projeto já havia adquirido determinada estabilidade que permitia aos seus integrantes a busca por novas frentes para expansão. De fato, após seis anos de atividades – mesmo enfrentando os percalços referentes à implantação –, a equipe já dispunha de um programa estruturado, domínio das rotinas produtivas, plano de seleção de bolsistas, enfim, uma estrutura mínima em funcionamento.

De acordo com as informações obtidas durante este trabalho, não existe nenhum bolsista contratado na equipe da TV UESC que ocupe um cargo específico para criar e manter atualizados os espaços da *web*. O grupo chegou a pensar em um novo bolsista, um gestor de novas mídias, que teria a função de alimentar as redes com material sobre a TV UESC, além de elaborar o *site* institucional. Porém, isso requer contratação – o que esbarra nos entraves da própria universidade.

No momento da coleta de dados, quem postava o material no YouTube era o editor de imagens – que é aluno do Curso de Comunicação, mas era contratado pela UESC para este cargo. Como não é uma função específica dele, não há rigor na periodicidade. A tentativa é que, ao menos após cada exibição do *Universus*, o material esteja disponível na *web*. Parece haver um empenho agora para disponibilizar uns dos bolsistas, no intuito de que este estudante assuma, efetivamente, a função de gestor de mídias sociais e fique incumbido de alimentar constantemente os espaços abertos na *web*. Uma saída encontrada, por enquanto, foi o direcionamento de um voluntário para a atualização das páginas da TV UESC na internet. Embora tenha uma pessoa

designada para a função, de acordo com o professor José²⁰⁴, eventualmente, outros bolsistas também postam algum material. No que tange a este problema de realimentação destes espaços virtuais, este professor conclui que:

[...] este cenário é o que temos hoje, é um condição atual de relação com a rede, mas é uma situação cambiante. Em outras palavras, nem sempre foi assim (antes, vários bolsistas com outras funções postavam). Chegamos a esse consenso, há pouco tempo e, pelas próprias dinâmicas da TV, vejo que ainda pode mudar. (Professor José)

Procurei, neste capítulo, discutir acerca da expansão da TV UESC para a internet, a fim de entender como se deu a implementação desta tevê universitária como uma TV na *web* e analisar se a participação dos alunos representou papel fundamental para que este plano fosse realizado e se, havendo tal envolvimento por parte dos jovens, esta atitude potencializava alguma espécie de aprendizado. Tomando como base para esta reflexão os processos de criação e alimentação dos diversos ambientes criados na rede para este projeto e as ações e opiniões e sentimentos de alunos e professores envolvidos neste projeto, obtidos através de entrevistas, destaco como fundamental neste percurso, principalmente, a participação dos alunos que atuam como bolsistas da TV UESC, pelas características que os identificam com a Geração Digital e pelo impulso que deram ao processo de conformação da TV UESC na internet.

No entanto, ao mesmo tempo, destaco também que a efetivação de uma empreitada deste porte vem esbarrando em contratempos – entre eles, inclusive, conforme afirmam os professores, a falta de estrutura adequada –, os quais vêm engessando um pouco o desenvolvimento do que se planeja executar, levando à exploração insatisfatória do ciberespaço. Nesse sentido, considerando-se que se trata de um projeto de extensão de grande importância para a universidade, uma vez que atua em diversas frentes – difusão do conhecimento produzido pela instituição, suporte à formação profissional de alunos de Comunicação Social, espaço para a criação e experimentação de audiovisuais, produtor de materiais que possibilitam o arquivo digital da

²⁰⁴ Por *e-mail*.

memória da UESC, entre outras, – torna-se urgente que se reflita sobre o estado atual desta TVU, levando em conta a carência de professores para supervisionar os bolsistas, a fragilidade da estrutura física e os transtornos enfrentados pela equipe para a exibição dos programas por falta da estrutura adequada. Assim, a internet não será mais a única perspectiva de difusão, entretanto haverá mais e melhores condições para que a TV UESC se firme também como uma TV na *web*.

ALGUMAS CONCLUSÕES

Desde a sua criação, na primeira metade do século XX, a televisão passou por importantes processos de transformação e de adequação às tendências tecnológicas de cada momento. Ao poucos, foi incorporando artefatos que intensificariam o encanto do público sobre este veículo. Vieram a cor, os recursos de edição associados ao videoteipe, investimentos na programação, o controle remoto! Mas tudo isso ainda era pouco. O indivíduo que descobrira os recursos do *mouse* e a capacidade de interconexão favorecida pela internet não queria mais apenas um lugar fixo no sofá.

Assim, no instante em que surge o movimento de interagentes em torno de postagens de vídeos em *sites* de compartilhamento e as emissoras de TV descobrem que podem ganhar com um novo campo para ser explorado com a rede mundial de computadores, a televisão assume outras nuances. Entra definitivamente no ciberespaço e vai adquirindo facetas diversas. Para agradar aos empresários das redes de televisão, são criados ambientes institucionais voltados para a promoção de seus próprios produtos. De olho também no mercado, *softwares*, como o Joost e o Megacubo, são desenvolvidos, oferecendo canais alternativos e, ainda, de emissoras de sinal aberto e fechado. Ao mesmo tempo, a cibercultura proporcionou a criação de um ambiente em que as pessoas podem fazer e participar ativamente da TV. Essa infraestrutura valoriza e solicita a participação dos sujeitos. As pessoas não querem mais apenas ver televisão, elas querem participar, fazer TV, falar de si, do seu jeito.

Nesse panorama, despontam igualmente TVs criadas exclusivamente para o campo da *web*, como a pioneira allTV e a universitária TVUERJ. Porém, a grande revolução provocada pela internet no setor televisivo está atrelada à participação do público. O *site* de compartilhamento de vídeos YouTube permite que se poste materiais e até que se criem canais. Desta maneira, uma lista sem fim de pessoas e entidades passou a disponibilizar seus materiais na rede, desde receitas ou gracinhas infantis, até trechos de programas da TV

tradicional e canais com materiais audiovisuais que não teriam espaço na chamada grande mídia.

O advento do YouTube abriu oportunidade de participação na *web* para uma série de televisões, que, na maioria das vezes, têm dificuldades para escoar seus produtos. Nesse sentido, esta conjuntura digital fez florescer um ambiente propício para a expansão das TVs Universitárias – emissoras que, quase sempre, carecem de apoio, tanto porque a concessão de canais abertos depende de influência política, quanto por se tratar de empreendimentos de alto custo para as instituições de ensino. Finalmente, na internet, estas tevês encontraram o espaço que permite o fluxo do que produzem.

As TVUs estão envolvidas com a criação de vídeos em diversos formatos e gêneros no âmbito das universidades, com liberdade de experimentação e forte participação estudantil. Estas TVs funcionam como uma espécie de laboratório e buscam estender à comunidade universitária e de fora dos *campi* os benefícios do conhecimento que é produzido pela academia. Uma TVU pode veicular seus programas em canais abertos ou fechados, por meio de circuitos internos de TV e também pela internet. Apesar do seu potencial para a criação de vídeos, que possibilitam a reflexão e o pensamento crítico do público, a sustentação deste tipo de projeto enfrenta uma série de entraves.

Por várias razões, as TVs que emergem das universidades merecem ter seu valor ressaltado. Primeiro, por proporcionar ao estudante de Comunicação Social uma formação que ele jamais teria em outro estágio, pois as lógicas do mercado têm regras estabelecidas e fixas, prontas para serem cumpridas, sem abrir espaço para variações, experimentações. Além disso, projetos com este propósito fortalecem os cursos de Comunicação aos quais estão vinculados, por aproximarem a prática profissional dos debates teóricos e por darem visibilidade para a instituição, a partir da aceitação pública dos seus produtos. Depois, por auxiliar o fluxo de informações no âmbito da universidade, entre os diversos setores, e desta para a comunidade externa – fortalecendo a

extensão, uma das bases do tripé que sustenta o sistema universitário²⁰⁵. Não faz sentido que a academia esteja voltada para a produção de conhecimento se este não chega ao alcance da sociedade, beneficiando-a. Acreditar que os meios de comunicação de massa tenham a capacidade de dar conta deste papel não me parece uma visão coerente, uma vez que nem todas as temáticas que brotam da pesquisa científica têm o apelo mercadológico para se tornar valor-notícia de veículos comerciais.

Sem dúvida, compreender as lógicas de permanência de um veículo dessa natureza no ciberespaço é de fundamental importância, pois, muitas vezes, este parece ser o único caminho de veiculação das produções de TVUs. Este processo não representa nenhuma inquietação para a juventude que cresceu junto com o desenvolvimento do mundo digital. Contudo, simplesmente abrir frentes de trabalho na *web*, tendo diversos endereços que não são satisfatoriamente atualizados, pode resultar em efeito contrário ao desejado, como foi possível perceber com esta pesquisa, já que o público valoriza os espaços que oferecem constantemente novidades e instantaneidade.

Esse estudo levou à constatação de que as atualizações dos espaços das TVUs interativas que promovam maior acesso e interesse das pessoas são demandas simples de serem atendidas pelos estudantes envolvidos com estas tevês, uma vez que tais jovens trazem habilidades para lidar com as TIC com desenvoltura. No entanto, observa-se que as práticas desenvolvidas nesta direção carecem do cumprimento de uma rotina estabelecida, de constância, de tornar esta uma atividade sistemática. Tal necessidade aponta para um desafio institucional, no sentido de disponibilizar estrutura física e formação dos professores que possam lidar adequadamente com a formação desses jovens.

Por outro lado, uma vez que esse saber referente ao domínio de habilidades para lidar com o mundo digital não pode ficar restrito a um grupo de jovens que teve acesso a condições propícias para o desenvolvimento dessas capacidades, além de formação adequada de professores e estudantes para

²⁰⁵ As ações universitárias são baseadas no tripé formado pelos segmentos de ensino, pesquisa e extensão.

lidar com as tecnologias da informação e comunicação, destaca-se também a colaboração entre pares para levar à propagação deste conhecimento a um número maior de indivíduos – um exercício tanto para aquele que aprende, quanto para quem está disposto a aprender. Desse modo, despontam outras possibilidades de aprendizagem, que independem do ensino formal – o que chamei aqui de ciberaprendizagem, a produção e a disseminação do conhecimento no ciberespaço embasadas em descobertas, encontros, compartilhamentos, construção colaborativa e apropriação das tecnologias da informação e comunicação por parte dos jovens estudantes.

Essa inédita relação com o conhecimento proporcionada pela ciberaprendizagem se instaura na medida em que o indivíduo se dispõe ao exercício da autonomia e ao apoderamento das dinâmicas de construção no ciberespaço. Por isso, pode-se afirmar que a ciberaprendizagem encontra-se em consonância com as exigências do cenário contemporâneo. Esse contexto provoca inquietações e leva a reflexões em torno das mudanças no jeito de fazer e consumir TV. Provoca, ainda, questionamentos acerca das maneiras como vem sendo produzida e difundida a TV na *web* e das formas de aprendizagens que esta ação pode potencializar.

Nessa direção, o argumento principal desta tese gira em torno da constituição da TV UESC como uma televisão na *web*, na medida em que as características da produção televisiva para esta plataforma envolvem comportamentos e perspectivas característicos de um processo educativo em sintonia com o mundo conectado.

Considerando tal argumento, este estudo me permitiu um conjunto de conclusões:

1. A televisão continua seu processo evolutivo. Ainda que em muitas situações do país este veículo se apresente com mecanismos de captação e transmissão analógicos, a tendência é que todas as emissoras migrem para o sistema digital. Essa atitude é refletida em consequentes adequações na linguagem televisiva – iluminação, enquadramentos, exploração de cores, de

uma maneira geral, todo o processo de elaboração de materiais passa por alterações.

2. A TV se direciona para a *web*. Com a expansão da internet, os produtores de audiovisual perceberam a oportunidade de ampliar a divulgação de seus trabalhos. Dessa forma, não só as emissoras de TV comerciais criaram ambientes para disponibilizar a sua programação, como também as TVs não comerciais se interessaram por este espaço. Paralelamente, indivíduos que não tinham acesso à chamada grande mídia viram no ciberespaço a chance de produzir e fazer circular seus materiais.

3. A cultura digital que é a cultura da Geração Net, impulsiona a TV na *web*. Esses jovens fazem TV com as ferramentas da *web*. Com o crescimento da rede mundial de computadores, surgiu um movimento em direção aos *sites* de compartilhamento de vídeos. O YouTube, mais popular deles, aliado a outros instrumentos da *Web 2.0*, permitiu que os sujeitos que antes não tinham acesso a equipamentos de produção e canais de difusão encontrassem na internet a chance de criar e tornar pública as suas criações. Assim, o ciberespaço se tornou o ambiente de encontro de pares, mesmo que distantes geograficamente, de trocas e compartilhamento, favorecendo a cultura da participação.

4. As TVs Universitárias produzem, mas têm dificuldade para exibição. De maneira ampla, as televisões vinculadas a instituições de ensino enfrentam problemas para a difusão dos seus materiais. O fato da ABTU – Associação Brasileira de TVs Universitárias – incluir entre as características de uma TVU diversas formas alternativas de exibição além dos canais abertos e fechados já aponta para esta realidade. Se a Lei do Cabo tornou possível o acesso a um canal, essa modalidade transmissiva ainda atinge um público restrito. A concessão de um canal aberto, que é mais popular, depende de influência política. Ainda assim, montar uma emissora de TV requer investimentos altos, o que nem sempre está ao alcance da instituição.

5. As TVs Universitárias na *web* encontram o ambiente de difusão da sua produção. Acessível e livre de ônus, a internet permitiu a essas TVs o escoamento de seus produtos de maneira simples. Seja à disposição do grande público, sejam direcionados a nichos, os vídeos realizados por

estudantes rompem fronteiras, permitem trocas e tornam esses projetos de extensão conhecidos, uma vez que os espaços virtuais agregam seguidores, pessoas com interesses afins.

6. A TV UESC na *web* busca aproveitar essa vantagem da *web*, mas enfrenta certos entraves. O grupo é pequeno, por isso precisa de mais professores. Requer que a equipe esteja inserida na cultura digital para que possa ocupar os espaços criados na *web* para essa TV. Necessita intensificar a atualização e alimentar de conteúdo os espaços digitais.

7. As perspectivas da TV UESC na *web* implicam em esforços institucionais. Uma ação em longo prazo, envolvendo a reitoria da UESC, o Curso de Comunicação e os gestores deste projeto, precisa ser elaborada no sentido de aperfeiçoar o projeto e fazer essa TV mais dinâmica.

8. A TVU na *web*, como foi observado neste estudo específico sobre a TV UESC na *web*, possibilita destacar as potencialidades para diferentes e renovadas práticas educacionais (modelo aberto, pós-massivo, de participação e colaboração).

Dessa maneira, o estudo demonstra que, para uma universidade manter um meio de comunicação desta natureza, é fundamental que haja dedicação de recursos financeiros e de pessoas capacitadas – e que a administração da instituição não interfira no processo produtivo, permitindo a liberdade de conteúdo e de criação. Além disso, é imprescindível que alunos e professores compreendam e vivam a cultura da participação, em que se enxerga os benefícios da colaboração e do compartilhamento, uma tendência natural da rede que impõe comportamentos mais solidários, com resultados positivos para uma coletividade. Caso contrário, qualquer que seja a criação para a *web* estará fadada à subutilização.

A pesquisa aponta, ainda, para a necessidade de preparo dos professores para que possam se predispor a lidar com a formação de indivíduos que precisam estar mais bem preparados para atuar no mundo contemporâneo. Esta situação, de uma maneira geral, representa ganhos para os bolsistas em formação, por tudo que já foi dito aqui, assim como para os professores – que aprimoram sua relação com a construção do conhecimento e

com seus métodos de ensino-aprendizagem. Também beneficia o público – tanto da universidade, quanto de fora dela – que, por intermédio das TVUs, toma conhecimento de fatos e saberes que, talvez, de outro modo, não poderiam ser contemplados.

Embora tenha sido aprovado como um projeto de extensão, a TV UESC ainda não conseguiu ter concluído o sistema de cabeamento – que se estende há mais de quatro anos – para a transmissão de programação própria e do Canal Futura via circuito interno de TV dentro do *campus* da UESC. Outrossim, sequer dispõe de um canal aberto – cujo processo tramita nos órgãos competentes em Brasília. Por isso, a ampliação das suas ações para a internet é vista de forma positiva pelos alunos e professores que fazem parte da equipe desta TVU. É importante ressaltar que, no momento que sair essa autorização, a estrutura desta TVU, tanto de instalações, equipamentos e pessoal, precisará de reforço.

Por razões como as citadas acima, é evidente que a sustentação destas ações compreende mecanismos complexos, nem sempre ao alcance dos gestores da TV UESC. Os dados coletados por meio das entrevistas com docentes e discentes que compõem este projeto de extensão, aliados à observação dos espaços abertos para esta TVU na internet, embasados pelo referencial teórico que permeia esta pesquisa, levam a concluir que a principal causa para a subutilização dos ambientes criados para a TV UESC na rede é a falta de recursos. Faltam investimentos financeiros. O projeto ainda hoje não conta com um estúdio, com um espaço próprio adequado para suas criações, funciona em uma sala do térreo do Pavilhão Adonias Filho, na UESC, vizinho de salas ocupadas por outros projetos, lanchonete, posto dos Correios. Até o momento, esta TVU divide os equipamentos de gravação e de edição com as demandas das disciplinas práticas do Curso de Comunicação, não tendo, assim, autonomia para seus procedimentos. A exibição no esquema DVD-TV foi cancelada por falta de uma logística com condições mínimas de operação.

A pesquisa mostrou que a TV UESC carece de investimentos em pessoal. Devido ao quadro reduzido de professores na área de Televisão e

pelo fato de que alguns destes professores ainda estarem afastados por necessidade de continuar os seus processos de formação, são mínimas as oportunidades de participação docente no projeto. No momento da pesquisa de campo, foi possível perceber que dos dois professores que assumiram a TV, um foi contratado por tempo determinado e, no final desta pesquisa, já estava se desvinculando do trabalho. Por parte dos alunos, vê-se uma atitude sazonal de empenho e de dedicação aos ambientes virtuais da TV. Falta uma sistemática de atualização, uma perspectiva mais profissional, intensa. Como identificado pelos próprios bolsistas, é preciso seguir a lógica da movimentação no ciberespaço para sobreviver na rede. Caso contrário, de nada adianta a abertura de tantas frentes de trabalho se, em nenhuma, efetivamente, há o empenho pela manutenção.

Diante dessa conjuntura, concordo com o relato dos professores entrevistados que enfatizam que, com a estrutura que se tem, se faz o melhor possível. É notório o reconhecimento das produções da TV UESC por quem chega a assisti-las e pelo Canal Futura, com quem mantém uma parceria. Contudo, percebem-se claras perspectivas de mudança. O retorno dos professores titulados à universidade e, principalmente, para este projeto, a partir de 2012, representa um ganho evidente para esta TVU, não só em quantidade de pessoal, mas em qualidade, pois todos voltam após quatro anos de estudos, pesquisas e ideias renovadas. Toda esta bagagem estará à disposição da TV UESC e poderá se refletir nos planejamentos e atividades desta TV.

Vê-se, em certa medida, uma inclinação a se superar as limitações atuais. A propensão é que, aos poucos, o projeto da TV UESC vá se reconfigurando, que se reflita no amadurecimento dos bolsistas e, com isso, se supere os desafios impostos e se caminhe para a superação dos limites estabelecidos pela própria realidade em que o grupo se encontra. Essa investigação possibilita afirmar a tendência da ciberaprendizagem, com jovens exercitando a autonomia, produzindo colaborativamente e, por meio do respeito mútuo, implantando novos processos de construção de conhecimento,

permeados pela cultura digital, conectados no ciberespaço e marcados pela parceria.

É provável que nos próximos cinco anos esta TV universitária tenha sido completamente reestruturada, devido ao uso mais eficiente da internet e pela possibilidade eminente de concessão de um canal para transmissão em sinal aberto. Ressalto, entretanto, que, neste contexto, a manutenção de uma programação em um canal de TV tradicional impõe maiores gastos e empenho que a sistematização de rotinas produtivas baseadas na cibercultura. Se a manutenção de espaços na *web* representa problema, sustentar uma programação diária requer muito mais investimentos, ainda que parte dessa programação seja suprida pela retransmissão de programas do Canal Futura. É importante destacar que ser uma TV Universitária não significa necessariamente que seja uma TVU na *web*. Essa opção é uma política de algumas TVUs, como a TV UESC.

Por fim, enfatizo que a educação precisa se envolver com a formação de jovens com autonomia suficiente para que sejam sempre atuantes, críticos, reflexivos, preocupados com a realidade social do meio em que estão inseridos e imbuídos da responsabilidade de colaborar com a melhoria da qualidade de vida de todos. À medida que esse comportamento for instituído junto a bolsistas de projetos como a TV UESC, seus reflexos serão evidentes nos produtos criados por eles ainda no ambiente universitário, como ainda marcarão suas trajetórias como profissionais no mercado de trabalho. A longo prazo, o telespectador (cujo nome, então, precisará se adequar às variadas expressões midiáticas) também terá incorporada a sua maneira de ser um perfil mais atuante, mais crítico, mais consciente e comprometido com o seu entorno.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES – ANATEL. **Panorama dos Serviços de TV por Assinatura**. Brasília: 2009, 39ª edição. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=240844&assuntoPublicacao=Dados%20Estatsticos%20dos%20Servios%20de%20TV%20por%20Assinatura%20-%20Cap.%20001%20-%202039.%20Edio&caminhoRel=null&filtro=1&documentoPath=240844.pdf> Acessado em 29/04/10.

ALMEIDA, Cândido José Mendes de. **Uma Nova Ordem Audiovisual: Comunicação e Novas Tecnologias**. São Paulo: Summus, 1988.

AMADEU, Sérgio. **A internet sob (mais) ataques**. Movimento Social, 13 out. 2010. Entrevista concedida para a revista ARede. Disponível em: <http://www.contee.org.br/noticias/msoc/nmsoc1440.asp> Acessado em: 14/11/11.

AMADEU, Sérgio. **O que é Cibercultura**. Ciclo Comunicar Tecnologia, Nós da Comunicação, São Paulo, 2009. Disponível: <http://www.youtube.com/watch?v=eqJG9xmb0KE> Acessado em: 21/02/12.

ANDRÉ, Marli Elza Dalmazo Afonso de. **Etnografia da Prática Escolar**. Campinas (SP): Papyrus, 1995.

ARESTA, Mónica; MOREIRA, António; PEDRO, Luís. **Comunicação e Colaboração em Contexto Educativo: O trabalho colaborativo no Mestrado em Multimédia em Educação**. In: DIAS, Paulo; OSÓRIO, José António. Aprendizagem (In)Formal, na Web Social. Braga: Centro de Competência da Universidade do Minho, 2011.

ARGOLLO, Rita Virginia. **De Big Brother a Pokémon: Uma proposta de aproveitamento da TV no processo de ensino-aprendizagem formal**. 182p. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador – BA, 2002.

ARGOLLO, Rita Virginia; BARRETO, Betânia. **TV UESC: Uma proposta de Telejornalismo Voltada para a Cidadania e Experimentação de linguagens**. Trabalho apresentado na modalidade comunicação científica, no Fórum Nacional de Professores de Jornalismo e 11º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo, na Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo (SP), de 18 a 21 de abril de 2008.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TV POR ASSINATURA – ABTA. **Panorama da Indústria de TV por Assinatura no Brasil**. São Paulo, julho de 1998.

AUSTRALIAN GOVERNMENT CULTURE PORTAL. **Popular Australian television**. Disponível em: <http://www.cultureandrecreation.gov.au/articles/populartelevision/> Acessado em: 23/04/2010.

BARROSO, João. **Para o Desenvolvimento de uma Cultura de Participação na Escola**. Lisboa: Ed. Instituto Inovação Educacional, 1995. Disponível em: <http://cefopna.no.sapo.pt/8.pdf> Acessado em 25/03/12.

BECKER, VALDECIR. **Concepção e Desenvolvimento de Aplicações Interativas para Televisão Digital**. Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Florianópolis, 2006 (dissertação). Disponível em: <http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2010/06/Valdecir-Becker.pdf> Acessado em 27/06/11.

BELLIS, Mary. **Television History**. Disponível em: <http://inventors.about.com/od/tstartinventions/a/Television.htm> . Acessado em 15/04/2010.

BERNERS-LEE, Tim. **Transcript of Tim Berners Lee's talk to the LCS 35th Anniversary celebrations, Cambridge Massachusetts**, 1999/April/14. Disponível em: <http://www.w3.org/1999/04/13-tbl.html> Acessado em 21/10/11.

BILAC, Olavo. **Poesias**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1997. Organização e prefácio de Ivan Teixeira. Disponível em: <http://www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/comunicacao/0001.html>. Acessado em 13/04/2010.

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

BONFANTI, Katiellen; FREIRE, Pedro Ivo. **WebTV: Da ideologia à construção - Guia prático para a execução de projetos de WebTV baseado na experiência com o Complexo Magnífica Mundi**. Disponível em: http://rede.metareciclagem.org/sites/rede.metareciclagem.org/midia/midia/MagnificaTV1.01.B_Windows.pdf Acessado em 02/07/11.

BONI, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho. **50 anos de TV no Brasil**. São Paulo: Globo, 2000.

BONILLA, Maria Helena Silveira. **As tecnologias da informação e comunicação estruturando novas práticas pedagógicas**. IX Encontro de Pesquisa em Ensino de Física, 26 a 30 de outubro de 2004, Jaboticatubas, MG. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.sbf1.sbfisica.org.br/eventos/epef/ix/atas/outros/Bonilla.pdf> Acessado em 03/12/11.

BONILLA, Maria Helena Silveira; COSTA, Martha Benevides da; VENTURINI, Micheli. **TV Digital e Formação de Professores**. In: TENÓRIO, Robinson; LORDÊLO, José Albertino. Educação Básica: Contribuições da pós-graduação e da pesquisa. Salvador: EDUFBA, 2009.

BONILLA, Maria Helena. **A práxis pedagógica presente e futura e os conceitos de verdade e realidade frente às crises do conhecimento científico no século XX**. In:

PRETTO, Nelson De Luca. **Tecnologia e novas educações**. Salvador: EDUFBA, 2005. 230p. ISBN 852320377X(broch.)

BONILLA, Maria Helena; PICANÇO, Alessandra de Assis. **Construindo Novas Educações**. In: PRETTO, Nelson De Luca. **Tecnologia e novas educações**. Salvador: EDUFBA, 2005. 230p. ISBN 852320377X(broch.)

BORELLI, Sílvia H. S.; PRIOLLI, Gabriel. **A Deusa Ferida: Por que a Rede Globo não é mais campeã absoluta de audiência**. São Paulo: Summus, 2000.

BRAIN, Marshal. **Como funcionam os videocassetes**. In: Como tudo funciona. Disponível em: <http://eletronicos.hsw.uol.com.br/videocassetes2.htm> Acessado em 05/05/10.

BRANT, João. **O Lugar da Educação no Confronto entre Colaboração e Competição**. In: PRETTO, Nelson De Luca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (Orgs). Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008.

BRASIL. Ministério das Comunicações. Secretaria de Serviços de Comunicação Eletrônica. Departamento de Outorga de Serviços de Comunicação Eletrônica. Coordenação-Geral de Regime Legal de Outorgas. Coordenação de Outorga e Consignação de Canais. **Plano Nacional de Outorgas 2011**. Disponível em: <http://www.mc.gov.br/images/radiodifusao/pno/PNO-EducativaTVE-12072011.pdf> Acessado em: 30/10/11.

BRASIL: ALMANAQUE DE CULTURA POPULAR. **55 Anos de Televisão: Ela veio para subverter**. Novembro, 2005. Disponível em: <http://www.almanaquebrasil.com.br/especiais/ela-veio-para-subverter/> Acessado em 04/05/10.

BRENNAND, Edna; LEMOS, Guido. **Televisão Digital Interativa: Reflexões Sistemas e Padrões**. Vinhedo: Ed. Horizonte, São Paulo: Ed. Makenzie; 2007.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma História Social da Mídia: De Gutemberg à Internet**. Tradução Maria Carmelita Pádua Dias; revisão técnica Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006, 2ª edição.

BRITTOS, Valério Cruz; BITTENCOURT, Maíra Carneiro. **A TV digital na web: modelos, estruturas e acessibilidade**. 1º Simpósio Internacional de Televisão Digital (SIMTVD) – 18 a 20 de novembro de 2009, Unesp, Bauru/SP. Disponível em: [http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simtvd/anais/BRITTOS%3b%20BITTENCOURT%20-%20A%20TV%20digital%20na%20web%20\(232-254\).pdf](http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simtvd/anais/BRITTOS%3b%20BITTENCOURT%20-%20A%20TV%20digital%20na%20web%20(232-254).pdf) Acessado em 03/07/11.

BRITTOS, Valério Cruz; BITTENCOURT, Maíra Carneiro. **Televisão digital multimídia: A TV terrestre, 3D e na internet**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3254-1.pdf> Acessado em: 07/01/11

BUCCI, Eugênio. **A Crítica de televisão**. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. *Videologias: Ensaio sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004 (Estado de Sítio).

CABO ROMANÍ, Cristóbal; PARDO KUKLINSKY, Hugo. **Planeta Web 2.0: Inteligencia colectiva o medios fast food**. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona/ México DF, 2007.

CAMARGO, Camila Porto de. **História da Televisão**. (09/07/2009) Disponível em: http://images.google.com/imgres?imgurl=http://www.baixaki.com.br/imagens/materias/2397/5593.jpg&imgrefurl=http://www.baixaki.com.br/info/2397-historia-da-televisao.htm&usq=__QN5eoaS4nWo9fWBHLZz3wvDiJuc=&h=491&w=595&sz=50&hl=pt-BR&start=13&tbnid=A-hQ2sDhnMkOGM:&tbnh=111&tbnw=135&prev=/images%3Fq%3Daparelho%2Bde%2BTV%2B1950%26hl%3Dpt-BR Acessado em 03/01/2010.

CAMPOS, Os conceitos de; CHAGAS, Filipe Gilbert. **Simondon como fundamentos para o design**. BOCC – Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. ISSN: 1646-3137 Disponível em:

CANNITO, Newton. **A Televisão na Era Digital: Interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Tradução Roseneide Venâncio Majer; atualização para 6ª edição: Jussara Simões – (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1). 10ª ed. São Paulo, Paz e Terra, 2007.

CERQUEIRA, Jean Fábio Borba. **Uma análise das potencialidades de implantação de uma Webtv a partir dos sites YouTube, Vimeo, YahooVideo**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2393-1.pdf> Acessado em 02/07/11.

CÓDIGO BRASILEIRO DE TELECOMUNICAÇÕES, 1988. Disponível em <http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/114374/decreto-97057-88>. Acessado em 16/03/2010

COLETIVO NTC; MARCONDES FILHO, Ciro (Coord. Geral). **Pensar - Pulsar. Cultura comunicacional, tecnologias, velocidade**. São Paulo: Edições NTC, 1996.

CORDEIRO, Leila. **O Aniversário da TV**. Direto da Redação, 19/09/2004. Disponível em: <http://www.diretodaredacao.com/noticia/o-aniversario-da-tv> Acessado em 17/06/11.

COUTO, Edvaldo S.; OLIVEIRA, Marildes C. de; ANJOS, Raquel Maciel Paulo dos. **Leitura e Escrita *On-line***. In: BONILLA, Maria Helena Silveira; PRETTO, Nelson De Lucca (Orgs.). *Inclusão Digital: Polêmica contemporânea*. Salvador: EDUFBA, 2011. v. 2.

COUTO, Edvaldo Souza; MELO, Caio; MOREIRA, Ana Paula; XAVIER, Maise. **Da cultura de massa às interfaces na era digital**. In.: *Revista da FAGED*, v. 14, p. 105-118, 2008. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/rfaced/article/download/3216/2657>>. Acessado em 12/08/11.

CROCOMO, Fernando Antônio. **TV Digital e Produção Interativa: A comunidade recebe e manda notícias**. Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção (tese). 2004. Disponível em: <http://www.tede.ufsc.br/teses/PEPS4369.pdf> Acessado em 26/06/11.

CRUZ, Renato. **TV Digital no Brasil: Tecnologia versus política**. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2008.

DELA-SILVA, Silmara Cristina. **O Acontecimento Discursivo da Televisão no Brasil: a imprensa na constituição da TV como grande mídia**. Campinas, SP: 2008. 225 p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Lingüística, Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas 2008. Disponível em: <http://libdigi.unicamp.br/document/?code=000436084> Acessado em: 09/06/10.

Dicionário da TV Globo. Vol. 1: Programas de Dramaturgia & Entretenimento/Projeto Memória das Organizações Globo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

Disponível em: <http://www.uftm.edu.br/noticias/ler/codigo/502> Acessado em 07/11/11.

DITOLVO, Mariana. **O que o Google viu no YouTube**. *Isto É Dinheiro*, São Paulo, edição 474, 18 de outubro de 2006. Disponível em: http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/4430_O+QUE+O+GOOGLE+VIU+NO+YOU+TUBE Acessado em 17/02/2011.

DW-WORLD.DE - Deutsche Welle. **1952: Alemanha inicia transmissões regulares de televisão**. Disponível em: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,718735,00.html> Acessado em 23/04/10.

ESTADÃO.COM.BR. **O videocassete e a revolução no consumo**. In: *Tecnologia – Internet*, 29 de dezembro de 2004. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/arquivo/tecnologia/2004/not20041229p56688.htm> Acessado em 05/05/10.

FERRAZ, Carlos. **Análise e Perspectivas da Interatividade na TV Digital**. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana. *Televisão Digital: Desafios para a comunicação*. Livro da COMPÓS – 2009. Porto Alegre: Sulina, 2009.

FILHO, Daniel. **O Circo Eletrônico: Fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

FOLHA ONLINE. **Morre aos 93 anos Robert Adler, inventor do controle remoto**. 16/02/2007. Disponível em:

FONSECA, Daisy Oliveira da C. L.; COUTO, Edvaldo Souza. **Comunidades Virtuais: Herança cultural e tendência contemporânea**. In: PRETTO, Nelson De Lucca (Org.). Tecnologia e Novas Educações. Salvador: EDUFBA, 2005. v. 1.

FONSECA, Dayse. COUTO, Edvaldo Souza. **As Tecnologias de Informação e Comunicação na Formação Inicial do Professor**. In: TENÓRIO, Robinson;

FORT, Mônica Cristine. **Televisão Educativa: A responsabilidade pública e as preferências do espectador**. São Paulo: Annablume, 2005.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de Pesquisa para a Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

G1 Tecnologia. **Conheça a história do site de vídeos YouTube**. 10/01/2006. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1306288-6174,00.html>
Acessado em: 21/02/11.

JAMBEIRO, OTHON. **A TV no Brasil do Século XX**. Salvador: EDUFBA, 2002.

JENKINS, Henry. **CULTURA DA CONVERGÊNCIA**. Tradução Suzana Alexandria – 2ª edição – São Paulo: Aleph, 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 1991.

LANDIM, Wikerson. **O YouTube em números**. Baixaki, Tecnologia, 07 de outubro de 2010. Disponível em: <http://www.baixaki.com.br/tecnologia/5810-o-youtube-em-numeros.htm> Acessado em 17/02/2011.

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. **A TV sob Controle: A resposta da sociedade ao poder da televisão**. São Paulo: Summus, 2006.

LEMOS, André. **Cibercultura como Território Recombinante**. Transcrição revisada da conferência ministrada no evento “Territórios Recombinantes”, realizado no Instituto Goethe (ICBA), em Salvador, em agosto de 2006. Disponível em: <http://abciber.org/publicacoes/livro1/textos/cibercultura-como-territorio-recombinante1/>
Acessado em 21/02/12.

LEMOS, André. **Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão**. Atizapán de Zaragoza, México: Razon y Palabra, outubro-novembro, 2004. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/alemos.html> Acessado em 30/06/11.

LEMOS, André. **Infraestrutura para a Cultura Digital**. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs). Cultura Digital.br. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2009.

LEMOS, André. **O que é Cibercultura?** Trecho do debate Educar na Cultura Digital. Bienal de São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.youtube.com/user/educarede/search?query=andr%C3%A9+lemos+cibercultura> Acessado em 21/02/2012.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O Futuro da Internet: Em direção a uma ciberdemocracia.** São Paulo: Paulus, 2010. (Coleção Comunicação)

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999. 264 p. (Coleção TRANS).

LOPES, Ivonete da Silva. **TV Educativa e regulação: peculiaridades das emissoras catarinenses.** IX Congresso Latinoamericano de Investigación de La Comunicación “Medios de Comunicación, Estado y Sociedad em América Latina”. México D.F, De 9 a 11 de outubro de 2008. Disponível em: http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Econom_pol/ponencias/GT9_4Silva.pdf Acessado em 19/01/12.

LORDÊLO, José Albertino. Educação Básica: Contribuições da pós-graduação e da pesquisa. Salvador: EDUFBA, 2009.

LOUREIRO, Ana; BITTENCOURT, Teresa. **Construção e Partilha de Conhecimento em Ambientes Virtuais – Influência das Relações Interpessoais.** In: DIAS, Paulo; OSÓRIO, José António. Aprendizagem (In)Formal, na Web Social. Braga: Centro de Competência da Universidade do Minho, 2011.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli. **Pesquisa em Educação: Abordagens qualitativas.** São Paulo: E.P.U., 1986.

MACHADO, Arlindo. **Televisão Levada a Sério.** São Paulo: Ed. SENAC, 2ª edição, 2001.

MAGALHÃES, Claudio M. **TV Universitária: A televisão utópica.** (S/D) Disponível em: http://abtu.org.br/site/index.php?option=com_filecabinet&view=files&id=1 Acessado em 16/01/12.

MANEVY, Alfredo. **Política da Cultura Digital.** In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs). Cultura Digital.br. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Quem Manipula Quem: Poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 1986.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: A vida pelo vídeo.** São Paulo: Moderna, 1988.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social.** In: SOUSA, Mario Wilton de (Org.). Sujeito, o Lado Oculto do Receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia.** 6ª edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MATTOS, Sérgio. **A Televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)**. Salvador: Editora PAS-Edições Ianamá, 2000.

MATUCK, Artur. **O Potencial Dialógico da Televisão: Comunicação e arte na perspectiva do receptor**. São Paulo: Anablume, ECA-USP, 1995 (Selo Universidade, 33).

MATUCK, Artur. **O Potencial Dialógico da Televisão: Comunicação e arte na perspectiva do receptor**. São Paulo: Anablume, ECA-USP, 1995 (Selo Universidade, 33).

MÉDOLA, Ana Silvia Lopes Davi. **Televisão Digital: Mídias expandidas por linguagens em expansão**. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana. **Televisão Digital: Desafios para a comunicação**. Livro da COMPÓS – 2009. Porto Alegre: Sulina, 2009.

MEMÓRIA GLOBO. **O jornalismo eletrônico e os repórteres de vídeo**. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-239077,00.html> Acessado em 13/04/2010.

_____. **Acompanhando as transformações tecnológicas**. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-239077,00.html> Acessado em 13/04/2010.

MENGA, Lüdke; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em educação: Abordagens Qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MICHAELIS - Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portuques&palavra=normal> Acessado em 04/12/11.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf Acessado em 10/11/11.

MIRA, Maria Celeste. **Circo Eletrônico: Sílvio Santos e o SBT**. São Paulo: Loyola, Olho D'Água, [19-].

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. **TV Digital Interativa: Conceitos e Tecnologias**. In: WebMidia e LA-Web 2004 – Joint Conference. Ribeirão Preto, SP, Outubro de 2004. Disponível em: <http://www.das.ufsc.br/~montez/publications/2004%20MinicursoWebMidia.pdf> Acessado em 26/06/11.

MORAES, Roque. **Uma Tempestade de Luz: A Compreensão Possibilitada pela Análise Textual Discursiva**. *Ciência & Educação*, v. 9, n.2, p. 191-211, 2003.

MORAES, Roque; GALIAZZI, Maria do Carmo. **Análise Textual Discursiva: Processo Reconstutivo de Múltiplas Faces**. Ciência & Educação, v. 12, n.1, p. 117-128, 2006.

MORAES, Roque; GALIAZZI, Maria do Carmo. **Análise Textual Discursiva**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2007.

MORAIS, Fernando. **Chatô: O rei do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, 2ª edição.

NATÁRIO, Eduardo; WAJNMAN, Solange. **O controle remoto e a interatividade na televisão**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (eCompós), abril de 2006. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/60/60> Acessado em 13/03/10.

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. Tradução César Tellalori. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=GD4n1KG8uFcC&printsec=frontcover&dq=a+vida+digital+nicholas+negroponte&hl=ptBR&ei=F8maTouRCKT20gHz68HkBA&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&resnum=1&ved=0CDMQ6wEwAA#v=onepage&q=bits&f=false Acessado em: 16/10/11.

NEGROPONTE, Nicholas. **Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

OLIVEIRA, João Diogo de Ramos; RODRIGUES, António José Correia. **WEB TV**. Portugal: Universidade de Coimbra, Departamento de Engenharia Informática. Disponível em: http://arodrigues.alfarod.net/docs/articles/2000_WebTV.pdf Acessado em 02/07/11.

O'REILLY, T. **What is web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software**. O'Reilly Publishing, 2005. Disponível em: <http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1> Acessado em 11/08/11.

OSWALD, Maria Luiza Magalhães Bastos; FERREIRA, Helenice Mirabelli Cassino. **Educação e Cibercultura: Novos objetos e novos sujeitos culturais, novos modos de aprender e ensinar**. In: FREITAS, Maria Tereza de Assunção (org). Escola, Tecnologias Digitais e Cinema.

PAIS, José Machado. **Jovens e Cidadania**. Sociologia, Problemas e Práticas, n.º 49, 2005, pp. 53 – 70. Disponível em: <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/spp/n49/n49a04.pdf> Acessado em: 12/08/11.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Comunicação foi apresentada nas Jornadas de Jornalismo Online, organizadas durante os dias 21 e 22 de junho de 2002, no Departamento de Comunicação e Artes da Universidade da Beira Interior (Portugal). Disponível em:

http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf Acessado em 10.11.11.

PALACIOS, Marcos. **Memória Digital**. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs). Cultura Digital.br. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2009.

PEIXOTO, Fabiana; PRIOLLI, Gabriel. **A Televisão Universitária no Brasil: Os meios de comunicação nas instituições universitárias da América Latina e do Caribe**. ABTU - Associação Brasileira de Televisão Universitária. UNESCO, IESALC – Instituto Internacional para La Educación Superior em América Latina e El Caribe, 2004. Disponível em:

http://www.abtu.org.br/site/index.php?option=com_filecabinet&view=files&id=5

Acessado em 17/01/12.

PENA, Felipe. **Estética, Pluralidade e Cidadania nas Tevês Universitárias**. VI Congresso Latino-americano de Ciências da Comunicação, 2001. Disponível em:

<http://bocc.ubi.pt/pag/pena-felipe-tv-universitaria.html> Acessado em 21/03/12.

PORTAL IMPRENSA. **Brasil possui 7,9 milhões de clientes de TV paga, aponta Anatel**. 27/04/10. Disponível:

http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/04/27/imprensa35238.shtml Acessado em 02/05/10.

PRETTO, Nelson De Luca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (Orgs). **Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder**. Salvador: EDUFBA, 2008.

PRETTO, Nelson. **A História de um Caminhar Coletivo**. In: PRETTO, Nelson (org.) Tecnologia e Novas Educações. Salvador: EDUFBA, 2005. Coleção Educação, Comunicação e Tecnologia, vol. I.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador: Comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: 2ª edição, Sulina, 2008. (Coleção Cibercultura)

PRIMO, Alex. **Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva**. Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003.

Disponível em: http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/quao_interativo_hipertexto.pdf

Acessado em: 03/12/11.

PRIOLLI, Gabriel. **Televisão universitária: TV Educativa em Terceiro Grau**.

Notícias, 27 de agosto de 2004, Universidade Federal do Triângulo Mineiro.

RAMOS, Murilo César; MARTINS, Marcus. **A TV por Assinatura no Brasil: conceito, origens, análise e perspectivas**. Tendências XXI, p. 105-123. Lisboa, Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações, Março de 1996, Ano I, nº 1.

Disponível em: <http://vsites.unb.br/fac/publicacoes/murilo/Cap12.pdf> Acessado em 30/04/2010.

RECUERO, Raquel. **Weblogs, webrings e comunidades virtuais**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.pdf> Acessado em 16/06/11.

ROCCO, Maria Thereza Fraga. **Linguagem Autoritária: Televisão e Persuasão**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

ROSA, Ana Carolina Pereira da Silva. **“Se Meu Pai Viesse Aqui Hoje Nessa Escola, Ele Não Ia Aprender”**: Cibercultura e processos de ensino-aprendizagem. Programa de Pós Graduação em Educação. Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Faculdade de Educação. 123p. Dissertação. 2011. Disponível em: http://proped.pro.br/teses/teses_pdf/2009_1-514-ME.pdf Acessado em: 20/10/11.

SAMPAIO, Joseilda-S. **Cultura Digital e Formação de Professores**: possibilidades e vivências entre professores em formação. 189p. 2009. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador – BA, 2010.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do Pós-Humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lucia; [Coordenação Valdir de castro José]. **Culturas e Artes do pós-Humano**: Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2ª Ed., 2004.

SANTOS, Carlos. **Sapo Campus – Plataforma Integrada de serviços Web 2.0 para Educação**. In: DIAS, Paulo; OSÓRIO, José António. Aprendizagem (In)Formal, na Web Social. Braga: Centro de Competência da Universidade do Minho, 2011.

SANTOS, Laymert Garcia dos. **Cultura Digital.br**. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs). Cultura Digital.br. Rio de janeiro: Beco do Azougue, 2009.

SARLO, Beatriz. O Sonho Acordado. In: _____. **Cenas da Vida Pós-Moderna: Intelectuais, Arte e Videocultura na Argentina**. Tradução de Sérgio Alcides, 3 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação: Criatividade e Generosidade no Mundo Conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA JÚNIOR, Gonçalo. **Pais da TV: A história da TV brasileira contada por -**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2001.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Convergência digital, diversidade cultural e esfera pública**. In: PRETTO, Nelson de Lucca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Além das Redes de Colaboração: Internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador, EDUFBA, 2008.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Economia da Cultura Digital**. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs). Cultura Digital.br. Rio de janeiro: Beco do Azougue, 2009.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. **Porque Lutar pelo Espectro Aberto ou pelo uso Comum das Ondas de Rádio**. Blog do Sérgio Amadeu, 24/09/2007. Disponível em

SIMONDON, Gilbert **Du mode d'existence des objets techniques**. Paris: Aubier-Montaigne, 2008 [1958]. Tradução: Pedro Peixoto Ferreira (tradução) e Christian Pierre Kasper (revisão). Disponível em: <http://cteme.wordpress.com/publicacoes/do-modo-de-existencia-dos-objetos-tecnicos-simondon-1958/introducao/> Acessado em 12/03/2010.

SODRÉ, Muniz. **A Máquina de Narciso: Televisão, indivíduo e poder no Brasil**. São Paulo: Cortez, 1994, 3ª ed.

_____. **A Comunicação do Grotesco: Um ensaio sobre cultura de massa no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1971.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O Império do Grotesco**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.

SOUSA, Mario Wilton de. **Recepção e comunicação: a busca do sujeito**. In: SOUSA, Mario Wilton de (Org.). *Sujeito, o Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

STUDIAMO-WEB. **Breve storia della TV italiana**. Disponível em: http://www.studiamo.it/dispense/materie_umanistiche/tv-italiana.php Acessado em 23/04/10.

TAPSCOTT, Don. **A inteligência está na rede**. [21 de abril, 2011]. São Paulo: *Revista Veja*. Entrevista concedida a André Petry. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/augusto-nunes/feira-livre/a-inteligencia-esta-na-rede-entrevista-com-don-tapscott/> Acessado em 22/08/11.

TARDIN, Vicente. **Internet com i minúsculo**. Webinsider. 17 de agosto de 2004. Disponível em: <http://webinsider.uol.com.br/2004/08/17/internet-com-i-minusculo/> Acessado em 07/11/11.

TELEVISION HISTORY - THE FIRST 75 YEARS. **1960-1969 Japanese Television Sets**. Disponível em: <http://www.tvhistory.tv/1960-69-JAPAN.htm> Acessado em 24/04/10. <http://samadeu.blogspot.com/2007/09/porque-lutar-pelo-espectro-aberto-ou.html> Acessado em 28/06/11.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade: Uma teoria social da mídia**. 10ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2ª edição, 2005, v. I.

VIANA, Joana. **O Papel dos Ambientes On-line no Desenvolvimento da Aprendizagem Informal**. Universidade de Lisboa. Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação. Dissertação de Mestrado. 2009, 254p. Disponível em: http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/2086/1/21849_ulfp034652_tm.pdf Acessado em: 18/11/11.

VIANA, Joana. **O Papel dos Ambientes On-line no Desenvolvimento da Aprendizagem Informal**. Universidade de Lisboa: Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação. Dissertação, 2009, 255p. Disponível em: http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/2086/1/21849_ulfp034652_tm.pdf Acessado em: 25/10/11.

VIEIRA, Eduardo. **Eles adoram uma revolução**. Revista Época, Edição nº 455, 21/02/2007. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG76294-6012-455,00.html> Acessado em 04/07/11.

VIZEU, Carlos Alberto. **Apresentação**. In: BONI, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho. 50 anos de TV no Brasil. São Paulo: Globo, 2000.

WERNECK, Guilherme. **Joe Wallach**. Revista Trip, nº 169, agosto de 2008. Disponível em: <http://revistatrip.uol.com.br/revista/169/paginas-negras/joe-wallach/page-2.html> Acessado em 16/03/2010.

WIKIPEDIA. **History of television**. Disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_television Acessado em 24/04/10.

WIKIPEDIA. **Videocassete**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Videocassete> Acessado em 05/05/10.

WILLIAM, Arthur. **ISDB-Tsb – Rádio Digital em convergência com TV digital**. Arturo Ilha, 26/06/11. Disponível em: <http://arturoilha.com.br/isdb-tsb-radio-digital-em-convergencia-com-tv-digital/> Acessado em 27/06/11.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Tradução: Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Milan: Gruppo Editoriale Fabbri, Bompiani, Sonzogno, Etas S.p.A., 1985. 5ª edição, Lisboa, Setembro, 1999. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/6883835/TEORIAS-DA-COMUNICACAO>. Acessado em: 09/10/11.

WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público: Uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

SITES:

http://pt.wikipedia.org/wiki/Controlo_remoto Acessado em 03/05/10.

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Videocassete> Acessado em 04/05/10.

<http://www.bocc.uff.br/pag/campos-jorge-chagas-filipe-conceitos-de-gilbert-simondon.pdf> Acessado em 06/05/10.

<http://www.dtv.org.br/index.php/entenda-a-tv-digital/o-que-e-ginga/> Acessado em 02/03/11.

<http://www.paytv.com.br/News.asp?ID=151204> Acessado em 06/11/09.

<http://www.teleco.com.br/tvdigital.asp> Acessado em 12/01/11.

<http://www.tudosobretv.com.br/> Acessado em 29/12/2009.

<http://www.tvhistory.tv/1927-APR-9-Indianapolis-Star-TV-REPORT.JPG> Acessado em 18/05/10.

<http://www.tvhistory.tv/links.htm> Acessado em 07/10/2009.

http://www.wisetel.com.br/acoes_de_regulacao/regulamentos/rg_cbt2.htm Acessado em 24/10/09.

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u68583.shtml> Acessado em 03/05/10.