



Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação

ISSN: 1809-5844

ISSN: 1980-3508

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

Kilpp, Suzana

Para entender o que são web TVs: primeiras buscas

Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação,
vol. 39, núm. 2, 2016, Maio-Agosto, pp. 49-63

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-5844201624>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69868744004>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org



Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Para entender o que são web TVs: primeiras buscas

To understand what are web TVs: first searches

Para entender lo que son web TVs: primeras búsquedas

DOI: 10.1590/1809-5844201624

Suzana Kilpp

(Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Escola da Indústria Criativa, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Leopoldo – RS, Brasil)

Resumo

O artigo tem por tema as web TVs. Apresenta e discute resultados das primeiras buscas efetuadas na Internet pelo termo “TV”, e teve como objetivo verificar como elas vêm sendo enunciadas na rede. Para fins da análise empreendida, adotou-se a metodologia das molduras, a qual consiste em cartografar quadros de experiência e significação construídos técnica e esteticamente por cada mídia para sugerir certos sentidos aos conteúdos que veicula. Em paralelo, recupera-se brevemente uma história na qual se destacam quatro gerações de televisão no Brasil, sendo que a quarta seria justamente a das web TVs. Da análise feita, o principal resultado foi uma ponderação de que talvez essa geração seja de fato coisa diferente de televisão, o ponto zero do aparecimento de outro fenômeno, ainda em curso, ainda mal compreendido e explicado no atual estágio da técnica e da pesquisa de TV.

Palavras chave: Web TV. Televisão. Molduras. História. Estágio da técnica. Estágio da pesquisa.

Abstract

The subject of the article is web TVs. It presents and discusses results of the first queries made using “TV” as a search term on the Internet, and aimed to verify how they have been enunciated in the Web. For this analysis purposes, we used the frames methodology, which consists of mapping experience and meaning boards which are technically and aesthetically constructed by each medium in order to suggest some meanings to the content it conveys. In parallel, it briefly recovers a history which highlights four television generations in Brazil, where the fourth would be precisely the one of the web TVs. As from the analysis performed, the primary outcome was a weighting that maybe this generation is indeed something different from television, the point zero of the emergence of another phenomenon, still in progress, still poorly understood and explained in the current of TV’s technical and research phase.

Keywords: Web TV. Television. Frames. History. Technical stage. Research stage.

Resumen

Este artículo aborda el tema web TVs. Presenta y discute resultados de las primeras búsquedas efectuadas en Internet con la palabra “TV”, y tiene como objetivo verificar como ellas están siendo enunciadas en la red. Para fines de análisis, se adoptó la metodología de las molduras, la cual consiste en cartografiar cuadros de experiencia y significación construidos técnica y estéticamente por cada medio para sugerir ciertos sentidos a los contenidos que transmite. Paralelamente, se recupera brevemente una historia en la que se destacan cuatro generaciones de televisión en Brasil, siendo que la cuarta sería justamente la de las web TVs. El principal resultado del análisis fue una ponderación de que tal vez esa generación sea de hecho algo diferente de la televisión, el punto cero del apareamiento de otro fenómeno, aún en curso, aún mal comprendido y explicado en la actual etapa de la técnica y de la investigación en TV.

Palabras clave: Web TV. Televisión. Molduras. Historia. Etapa de la técnica. Etapa de la investigación.

Introdução

O tema desse artigo é o sentido atribuído a um fenômeno recente que é o surgimento das web TVs. Apresentamos e discutimos resultados das primeiras buscas efetuadas na Internet pelo termo “TV” e como, a partir das respostas e sugestões encontradas, derivamos para as “web TVs”, com o objetivo de verificar como elas vêm sendo enunciadas na rede mundial de computadores.

Inicialmente, esboçamos uma breve história da televisão no Brasil, e pontuamos o que nos parecem ser, sob o viés da tecnocultura¹, as quatro gerações havidas até o momento, situando as web TVs na última. Na sequência, explicitamos e justificamos a abordagem do tema pelo viés fenomenológico, e indicamos a metodologia adotada na análise. Após, apresentamos os resultados das buscas por “TV” na Internet, tecemos considerações sobre o sentido dos termos em geral na Internet e em particular sobre as enunciações de TV e web TV. Finalmente, fazemos algumas considerações a título de conclusão do artigo.

Uma breve história da TV no Brasil sob o viés da tecnocultura

Temos pesquisado a televisão brasileira desde 1996. No início, nosso interesse estava em sua origem histórica, história que associávamos à de culturas regionais que foram “nacionalizadas” nos anos 1970. Naquela pesquisa, perscrutamos a criação, desenvolvimento e desaparecimento de emissoras locais e/ou regionais de TV, em particular no Rio Grande do Sul e em comparação com o ocorrido em outras regiões do país. Era

¹ Aqui, a tecnocultura é subsumida por uma visada crítica das tecnologias em ação sobre a(s) cultura(s) e por uma visada crítica da(s) cultura(s) em ação sobre as tecnologias, nos termos propostos por Fischer, 2013. Trata-se de um jogo, nos termos de Flusser (2011), entre a cultura e o aparelho.

a primeira geração tecnocultural da televisão brasileira: *localizada*, por conta do muito restrito alcance tecnológico do sinal então disponível; *regionalizada*, por conta do conteúdo veiculado, que estava associado à cultura regional (e regionalista) do restrito público que tinha condições de receber o sinal. Nessa fase, a disputa por audiência entre as emissoras calcava-se na competência que tinham para falar aos espectadores sobre o que lhes parecia ser concernente a eles: sua identidade cultural, seus interesses em particular etc.

Nessa fase, a sustentação econômica das emissoras dependia da publicidade das mais importantes empresas industriais e comerciais da região, e dos consumidores de seus produtos. Os melhores resultados foram alcançados pelas emissoras que melhor souberam combinar o conteúdo veiculado com os interesses do público alvo e com os interesses das empresas patrocinadoras, e sob o viés da representação de si do local/região².

Já a nacionalização da televisão no Brasil acompanhou a nacionalização do mercado cultural do país, fenômeno que veio a se tornar mais visível em meados dos anos 1970. Nessa fase, foi fundamental o papel desempenhado pela televisão, especialmente pelas emissoras que se tornaram depois a Rede Globo de Televisão³, mas, também, por outras emissoras que foram sendo depois atropeladas politicamente ou comercialmente durante a ditadura militar que vigia no país. Tratava-se, de parte do poder público, de formular políticas e distribuir investimentos em estradas e telecomunicações que intentavam a unificação do vasto território brasileiro; de parte das emissoras, tratava-se de aderirem (ou não) e se adequarem (ou não) ao projeto de televisão formatado pelo governo federal com vistas a propósitos que transcendiam largamente os propósitos estritos da televisão.

Na época, o Brasil federativo ainda era um conglomerado de regiões muito díspares e muito distantes física e linguisticamente umas das outras, o que dificultava a comunicação entre elas; e atrapalhava (e encarecia) a circulação de bens e serviços na escala e nos modos que eram pretendidos pelas empresas multinacionais interessadas em investir aqui, as quais exigiam, por isso, que se articulassem internamente os mercados predominantemente regionais em torno e a partir de um eixo; assim, seus recursos, bens e serviços entrariam no país em um centro geográfico e economicamente estratégico e, de lá, seriam distribuídos às regiões/locais; coube ao Rio e a São Paulo ocupar tal centralidade, a qual mantém até hoje.

Nunca tivemos dúvidas sobre a decisiva ingerência estrangeira (especialmente a norte-americana) no processo de nacionalização que se efetivou a partir de meados de 1970 no país, tornadas possíveis, no que importa nesse artigo, pelos investimentos feitos em telecomunicação

² Os resultados parciais dessa pesquisa estão publicados em várias revistas. O resultado final foi publicado em livro sob o título *Apostamentos sobre a história da televisão no Rio Grande do Sul* (Kilpp, 2000).

³ O papel decisivo da Globo nesse processo relaciona-se a vários fatores, dentre os quais pontuamos o modo como qualificou o gerenciamento de seu negócio a partir do famoso e contestado acordo com a *Time Life*; o modo como qualificou o sinal de suas transmissões, e, em paralelo, estabeleceu um padrão de qualidade técnica das imagens que transmitiu; o modo como soube introduzir em sua programação programas fortemente relacionados à brasilidade sem ignorar os regionalismos; o modo como soube dubiamente administrar estrategicamente suas relações com os governos militares e a censura.

que, tecnologicamente, permitiram que as transmissões televisivas alcançassem todo o território via satélite. Mas, também, acreditamos que isso não se deu sem resistências das regiões e de suas idiossincrasias, o que tentamos dar a ver no livro e nos artigos em revistas em que publicamos resultados da pesquisa sobre a história da televisão no Rio Grande do Sul: durante os anos em que se produziram as mudanças houve uma forte gritaria das emissoras locais, dos governos estaduais, dos homens de televisão, da imprensa e das empresas, da intelectualidade e dos políticos, prevendo o preço que seria pago por tais mudanças.

E, de fato, o preço foi alto. O modelo de negócios praticado na primeira geração da televisão foi aniquilado por razões político-econômicas: muitas grandes empresas patrocinadoras faliram; o sinal e as imagens dos programas das emissoras do eixo Rio – São Paulo adquiriram uma qualidade técnica insuperável pelas emissoras locais; importantes homens de televisão e da propaganda transferiram-se para as matrizes que passaram a agir desde o Rio e de São Paulo etc. Nesse contexto, algumas emissoras locais ainda intentaram sobreviver criando parcerias e associações com emissoras do eixo, nas quais, foram sempre subalternas; e o modelo das redes (com sede no eixo) acabou se impondo no novo modelo de negócios implantado na segunda geração da televisão brasileira. Dessa segunda geração da televisão não se pode ignorar o fato de ela estar tecnologicamente associada aos modos de se poder gravar, editar e distribuir programas; e aos modos de se poder transmitir, em tempo real e a longas distâncias, a programação ao vivo das emissoras.

Atualmente, está em curso um fenômeno (que apenas parece ser) diverso, no qual agora é a vez de os poderes nacionais serem sujeitados aos poderes globalizados. Acreditamos que a migração do analógico ao digital é uma mudança tecnológica necessária, a qual, no entanto, na globalização desenfreada e descontrolada a que assistimos hoje, incide inercialmente e em demasia sobre políticas públicas e sobre grandes arranjos que as empresas precisam realizar para sua inserção nesse contexto expandido. Desde tal perspectiva, faz-se mais uma vez necessário refletir sobre o embate travado internamente na comunicação midiaticizada, agora entre o mercado regional/nacional (ao qual associamos a TV *off-line*) e o global (ao qual associamos a TV *on-line*).

Da mesma forma que antes, acreditamos que essa passagem em curso para a terceira geração da televisão não está ocorrendo sem tensões e resistências da mídia analógica *off-line*, mas também não duvidamos de que, apesar disso, ela será efetivada e que num dia não muito distante a televisão brasileira será toda digital e com inscrição na Internet.

Nos dois casos historicamente datados, porém, entendemos que não se trata de mera progressão tecnológica; acreditamos que a televisão brasileira, em meados da década de 1970, diferenciou-se de si (atualizou-se) preservando as lógicas operacionais de sua essência: a programação em fluxo. E ela vem agora novamente diferenciando-se de si (atualizando-se pela digitalização), ainda que possa a vir a se tornar outra coisa, quanto às lógicas operacionais da programação em fluxo (sua essência) a partir de sua inscrição na Internet.

Esclarecendo. No curso de nossas pesquisas autenticamos práticas televisuais enunciativas de si em diferentes sítios: nas grades de programação, nos programas, nos *breaks* comerciais, nas estéticas, nas montagens no interior dos quadros etc. Concluímos e defendemos que até certo estágio das técnicas a diferença ou qualidade intrínseca da televisão em relação a outros audiovisuais estava na programação em fluxo, no modo como ela montava as partes ou tempos segmentados do que veicula. Em relação àquele estágio técnico da TV, e naquele momento da pesquisa, propusemos que a imagem média ou essência (*sic*) da televisão seria o que chamamos de imagem-duração, seguindo formulações originais de Henri Bergson (2010). Isso ocorreu quando a TV praticou inúmeras estratégias enunciativas de si como mídia aderente ao tempo desenrolando-se no mundo da vida, cotidianamente, fase na qual apareciam no écran, em muitas emissoras, entre outras figuras do tempo, figuras do relógio, analógico ou digital, ou mesmo textos orais e gráficos relacionados à passagem do tempo em relógios e cronômetros.

Quando essas marcas enunciativas tornaram-se problemáticas já nas primeiras inscrições da TV *off-line* na Internet, nossas considerações de pesquisa também tiveram de ser problematizadas, e, às vezes, até mesmo nós entramos em crise, e quase desistimos de acompanhar as atualizações do objeto achando que o tínhamos perdido no caminho.

Mas, no monitoramento sistemático que temos feito da evolução do fenômeno, tudo nos leva a crer que, apesar dos atropelos e da aceleração da convergência de mídias, suportes e tecnologias, o que segue definindo o que chamamos de televisão ainda é a programação em fluxo – a moldura mais sólida e duradoura na TV *off-line*. E é por isso que ela ainda é tomada como referência, bastante produtiva, na comparação que fazemos entre os comparecimentos de conteúdos televisivos em diferentes mídias e suportes.

A seguir, fazemos um relato parcial da pesquisa *Audiovisualidades de web TVs*, que deu continuidade à pesquisa *Audiovisualidades digitais* (na qual buscamos entender os atravessamentos que as lógicas inaugurais de vídeos digitais disponíveis na Internet incidem sobre as lógicas tradicionais da televisão – que se digitaliza por força da lei). Esperamos poder demonstrar e justificar nesse breve relato quais são, atualmente, as questões de fundo que nos norteiam.

Por uma fenomenologia da televisão

Adotamos a perspectiva de que o meio é quem/o que melhor diz de si em suas práticas enunciativas de si e do que veicula. Essa ontologia fenomenológica, nós a tomamos mais uma vez de Henri Bergson (2010). Dentre as muitas teses, polêmicas, mas produtivas, do filósofo pontuamos, tendo em conta aquilo que interessa nesse artigo, que:

- todas as coisas (*sic*) têm dois modos: o de ser (sua virtualidade) e o de agir (suas atualizações), sendo que em cada uma de suas atualizações há algo que dura: sua essência, substância ou devir;
- a televisão *age* (*sic*) diferenciando-se de si, atualizando-se. Nessa diferenciação sempre resta uma reserva de acontecimento, que se encontra em sua virtualidade, seu *modo de ser* (*sic*) televisão;
- a televisão realiza-se, ela mesma, como uma das atualizações rizomáticas possíveis de uma coisa que lhe é geneticamente anterior na evolução criativa das espécies (*sic*): o audiovisual, por exemplo; ou o tele-visual, termo que temos preferido usar ultimamente para entender e explicar o fenômeno em curso: a tele-visualização da cultura.

Esclarecendo. Até pouco tempo atrás, defendíamos estar havendo uma audiovisualização da cultura, especialmente por conta da marcada ingerência dos vídeos digitais de toda a espécie que mediam a comunicação interpessoal, especialmente em plataformas de vídeo na Internet e nos telefones celulares.

De um tempo para cá, porém, temos percebido o quanto tais vídeos estão esteticamente referenciados por audiovisualidades de televisão e o quanto os conteúdos televisivos comparecem em mídias não televisuais.

De outro lado, verificamos, em perspectiva histórica, que a televisão (como ideia, verbete e sonho/projeto de Comunicação) antecede tanto o audiovisual quanto a mídia TV. Por exemplo: em jornais do século 19, já apareciam referências a uma coisa então chamada de televisão, cujas características lá presumidas estão hoje materializadas tanto na mídia TV quanto na Internet e nos dispositivos móveis.

Também temos acompanhado de perto as mudanças ensaiadas pelas emissoras de TV *off-line* para inserirem-se na convergência dos meios: são mudanças que afetam os sentidos habitados de televisão, que os distanciam daqueles que são habitualmente enunciados pela TV *off-line*, e que aderem mais aos sentidos do que estamos agora chamando de tele-visão.

As questões que nos colocamos, então, são: no quê e como a TV *on-line* incide sobre nosso entendimento acerca da televisão (se é que incide)? Ou, melhor e antes: no quê e como ela se torna ou não coisa diferente?

Isso importa porque, a nosso ver, vem se constituindo uma quarta geração da mídia televisão brasileira, sendo que, resumindo o que dissemos, a primeira seria a local/regional que prevalecia até meados da década de 1970; a segunda, a nacional, em rede e com transmissão via satélite; a terceira, a que opera *off-line* e *on-line*. As TVs da primeira, segunda e terceira geração não necessariamente desapareceram ou desaparecerão – até, ao contrário, é possível imaginar que coexistirão ainda pelo menos por um bom tempo com as da quarta.

A quarta geração, da qual estamos tratando aqui, é a que nasce na Web fortemente carregada de sentidos que lembram a TV (a *off-line* e a *on-line*), mas que, a nosso ver, é

“a outra coisa” referida anteriormente, e à qual, na falta ainda de uma alternativa melhor, chamamos de web TV.

Metodologia

Temos investigado os sentidos de si que as emissoras de TV têm nos ofertado num conjunto de quadros ou territórios de experiência e significação que chamamos de molduras, as quais, no mais das vezes, encontram-se na opacidade imagética e sonora (elas não estão ali para serem vistas ou ouvidas) do teor conteudístico (o que é para ser visto e ouvido) que as emissoras reiteradamente produzem e ou veiculam (KILPP, 2003). O modo de fazer essas investigações foi sendo gradativamente sistematizado e formulado como a “metodologia das molduras” (KILPP, 2010).

Trata-se de desconstruir nos termos de Jacques Derrida, debatidos em Nascimento (2005) o objeto e as críticas teóricas e analíticas do objeto, e inventar outros objetos ou outros olhares sobre os mesmos. Os procedimentos levam em conta a intuição (proposta e praticada por Henri Bergson, e sistematizada como método por Deleuze em *Bergsonismo*, 1999) para formular o que o filósofo chamou de verdadeiros problemas de pesquisa: colocar o objeto como um misto de duas tendências – seu devir e suas atualizações rizomáticas na matéria – e perscrutar o devir do objeto (sua duração, no tempo), partindo, no entanto, da observação atenta do que dele dura nas materialidades (em sua forma, no espaço).

A partir desses dois parâmetros (a desconstrução e a intuição), trata-se de, no embate com o empírico: 1) flunar, cartografar e colecionar para constelar por afinidades eletivas⁴ as molduras e moldurações⁵ que parecem estar implicadas na significação do objeto; 2) retirar do fluxo pequenas sequências nas quais tais molduras e moldurações são reiteradas; 3) dissecar-las tecnicamente: decupar as imagens montadas em quadros, planos e sequências; 4) mostrar (em texto verbal com imagens) resultados da análise da incidência das molduras e moldurações sobre o sentido presumido do teor veiculado.

Assim, verificamos que a digitalização da TV está se fazendo acompanhar de sua inscrição no processamento da convergência dos meios. A convergência, até agora, tem sido mediada largamente pela Internet, e, a partir dela, para os dispositivos móveis – e de volta às mídias *off-line*. Isso significa que a digitalização vem incluindo – nas velhas e nas novas mídias emergentes sob a convergência – novas molduras e moldurações dos teores veiculados nos cada vez mais diferentes suportes usados para sua espetação.

Queremos entender as enunciações de si que são praticadas nesse cenário complexo por emissoras de TV *on-line*, tanto as que existem também *off-line* quanto as que só existem

⁴ Conforme proposições de Walter Benjamin anotadas em seus arquivos, os quais foram reunidos em *Passagens* (2006).

⁵ Moldurações são as montagens técnicas e estéticas praticadas no interior das molduras.

on-line (que são aquelas que se criaram na Web), pois, a mídia Internet tem suas próprias lógicas para:

- moldurar o que armazena em bancos de dados;
- moldurar os modos de acesso a esses dados;
- moldurar o que, no curso de sua navegação, o espectador busca.

A palavra *busca* (ou seu ícone) aparece praticamente em todas as interfaces digitais como um *link* que remete a um *lôcus* interessante ou útil do banco de dados armazenados; por trás do *link*, na opacidade, há um *software* que organiza conteúdos e interesses presumidos do usuário.

Essa ferramenta talvez seja a mais sólida moldura de qualquer conteúdo veiculado na Internet, pois é a partir dela que se inicia e se dá seguimento à navegação e ao acesso aos conteúdos do interesse do usuário buscador. Por tais razões, iniciamos a pesquisa pela busca, na Internet, dos nós relacionados à palavra-chave TV, nós esses que estão programados pelo *software* nos termos que serão referidos a seguir.

Primeiras buscas por TV na Internet

Quando não se é um frequentador habitual e experto, no mais das vezes inicia-se a “pesquisa” em algum dos mais conhecidos *sites* de busca.

O Google é um dos maiores e mais utilizados *sites* de busca na Internet, e, só por isso, o adotamos como ponto de partida. Nele, ao primeiro *clic* do *mouse*, o *software* oferece essas duas repostas alternativas: “resultados” (da busca que fizemos) e “sugestões” (para novas buscas, complementares e, a seu critério, mais específicas do que a que fizemos inicialmente)⁶.

Assim, em meados de 2011⁷, quando a pesquisa foi projetada, na ferramenta Google de busca, apareciam os seguintes “resultados” e “sugestões” para os termos TV, web TV e Internet TV (nessa ordem), com os quais iniciamos a cartografia:

Busca por TV

- *Resultados*: webtv
- *Sugestões*: tv online; tv online grátis; tva; tv gol; tv ao vivo; tv grátis; tv gazeta; tvz; tv globo;

Busca por web TV

- *Resultados*: webtv

⁶ É possível que em outros *sites* de busca encontrássemos outros resultados e sugestões; mas acreditamos que suas lógicas operativas não seriam muito diferentes, nem os enunciados.

⁷ Uma característica da Internet é a velocidade com que os dados armazenados e os modos de acesso a eles são aparentemente tornados outros. A própria arquitetura ou *design* das interfaces tem uma volatilidade fantástica. A novidade fugaz – rapidamente substituída por outra – não nos deve enganar, no entanto, e nos cegar quanto ao fato de que a novidade e sua efemeridade são construtos midiáticos da Internet em seu modo de agir. Virtualmente, trata-se sempre da mesma coisa em seu modo de ser. Assim, ainda que hoje se possam encontrar outros “resultados” e “sugestões”, eles são apenas outras atualizações da mesma duração. A arqueologia da mídia vem se dedicando a perscrutar esse fenômeno (nos termos enfocados por Fisher, 2015, por exemplo). As atualizações que encontraríamos numa busca similar, hoje, possivelmente incidiriam muito pouco sobre o que estamos propondo.

- *Sugestões*: webtv; webtvcn; web tv gênese; web tv fpf; web tv grátis; web tv canção nova; web tv redentor; web tv globo; webtv marista; webtv uninter;

Busca por Internet TV

- *Resultados*: sem especificação
- *Sugestões*: após algumas que não interessam aqui, aparecia “Como montar uma web tv”. Ao clicar nessa sugestão, apareciam vários *sites* que ensinavam “como fazer você mesmo” sua TV na Internet.

Pouco mais de um ano depois, o *software* continuava sugerindo os mesmos *sites* para o primeiro e o segundo termo, numa hierarquia insignificamente outra. Mas a resposta antes encontrada para o terceiro termo não foi mais encontrada, e, em seu lugar, apareceram alguns *sites* que também estavam na busca pelos dois primeiros termos, e muitos *sites* que ensinavam “como fazer você mesmo” sua TV, sua conexão, sua antena etc.

Em situação bastante subalterna, encontramos, lá adiante, no *escore* de *sites* do primeiro grupo, o Make Internet Shoot, Edit, Publish and..., e, no segundo grupo, o BROADNEEDS – Do seu jeito.

Fizemos então uma nova busca pelo termo “Como montar uma web tv”, e encontramos várias respostas, bem mais e talvez mais estranhas do que as obtidas na busca anterior, mas que não é necessário explicitar aqui.

O sentido dos termos na Internet

Ou seja, principalmente sob a forma de “resultados” (que é a resposta mais direta da ferramenta à busca encetada pelo usuário), o Google associava TV e web TV igualmente a webtv; e nada resultava na busca por Internet TV. Entendemos daí que o *software* primeiro grafava (inventava) o verbete webtv; depois reduzia os termos a partir dos quais fizemos a busca a esse verbete por ele criado, ingerindo sobre o nome das coisas que pesquisávamos.

Essa é uma das lógicas da tecnologia digital “inteligente”. O autocorretivo do Word, por exemplo, está sempre sugerindo que alteremos a grafia de termos que ele não reconhece, e propondo sintaxes e estilos que não são os nossos. Muitas vezes são correções pertinentes, produtivas e respeitadas; mas também muitas vezes são ingerências do *software* sobre nossa forma de expressão.

Também nos *chats*, por exemplo, a toda hora nos são sugeridas expressões “telegráficas” que combinam letras e símbolos gráficos que apenas os “entendidos” entendem. Então, ou os aprendemos e usamos, ou ficamos à margem da “língua” ali falada (escrita). Tudo bem; só que esses códigos se espalharam para fora do ambiente, em *e-mails* e até em textos acadêmicos que tratam de temáticas afins, tornando obsoleta nossa forma de escrever, ler e comunicar anterior à Internet.

A velocidade e efemeridade das mudanças linguísticas são assustadoras, e levam muito fácil e rapidamente à exclusão de todos aqueles que não estejam minimamente conectados no processo de criação e disseminação da língua (e da linguagem). Quando isso é ainda associado à obsolescência programada de *hardwares* e *softwares*, o problema se torna quase sem solução para os não especialistas ou para os não habituados.

Uma outra lógica da tecnologia digital diz respeito ao emprego metafórico de termos usados em comunicação analógica (incluída aí a comunicação humana face a face) para designar coisas às vezes totalmente diversas, que são, assim, enunciativamente, tornadas as mesmas ou no mínimo bastante afins. O exemplo mais gritante é o próprio Windows – janela; com certeza, a janela digital do Windows nada tem a ver com a noção que se tem de janela (para o mundo) no mundo analógico da comunicação mediada por aparelhos.

Outro exemplo, mais consentâneo ao objeto em pauta, é o “canal” de uma web TV na Internet, que designa coisa absolutamente outra do que entendemos analogicamente como sendo um canal de televisão.

Em todos os casos, enfatizamos tratar-se de construtos midiáticos que chamamos de ethicidades, cujos sentidos identitários são sugeridos em um compósito de molduras e moldurações praticados reiteradamente pelas mídias na veiculação de seus conteúdos. Voltamos a dizer que essas molduras e moldurações não têm sentido em si mesmas, e se encontram em zonas de grande opacidade para o espectador e o usuário: elas não estão aí para serem percebidas; muito pelo contrário, elas são discretizadas ao máximo. Sua função é hierarquizar as ênfases e oferecer alguns sentidos aos conteúdos (o teor das mensagens).

É preciso pontuar essas questões linguísticas preliminares para que possamos avançar na análise em pauta e na pesquisa, que intenta ir muito além delas, mas que as têm como pressuposto. Apenas elas, porém, já seriam suficientes para que se conjecture haver, na Internet, uma outra televisão (ou uma outra enunciação de TV) daquela que conhecemos *off-line*.

Enunciações de TV e web TV na Internet

Salientamos que o Google não sugeria ser parte da Internet, mas da Web, o que implicitamente enunciava sentidos interativos generalizados aos usos que a plataforma oferece a buscadores de seus buscáveis (informação armazenada e categorizada no banco de dados do *site*), havendo aí um sentido moldurado de que os resultados e o sucesso da busca dependem tanto da competência do programa (*software*) quanto da competência (técnica) do buscador.

Na sequência, importa também insistir em que, no programa de busca do Google, os termos TV e web TV resultavam em *webtv*, termos tornados assim, enunciativamente, a mesma coisa, ou variações da mesma. Nas “sugestões” para o termo TV, porém, e para o termo web TV, o Google fazia associações que os distinguiam um do outro.

Assim, é curioso que nas duas buscas efetuadas apareceram emissoras de televisão *off-line* e de emissoras de TV *on-line*, algumas das quais foram referidas nas duas categorias. A TV Globo, por exemplo, na primeira aparece como tv globo e na segunda como web tv globo. A partir dessa constatação,

- aventamos a hipótese de o Google sujeitar-se ao poderio da emissora, o que achamos pouco convincente;
- admitimos que haja tantos e tão diversos comparecimentos das empresas Globo na Internet (com suas enunciações de si e de sua pluralidade) os quais por si mesmos explicariam e justificariam razoavelmente as associações feitas pelo *software* de busca do Google;
- cogitamos tratar-se de um algoritmo cuja lógica recém começamos a perceber, lógica essa que é própria do meio e que não necessariamente exclui as alternativas anteriores, mas que não está sujeitada a (apenas) elas.

Também é curioso o fato de que, nas duas buscas, a gratuidade da exibição foi reiterada em “sugestões” subsumidas como tv *online* grátis e web tv grátis. É curioso porque até onde pudemos averiguar as imagens disponíveis na Internet que não são de acesso gratuito dizem respeito apenas a web TVs, de cujo escopo não fazem parte as emissoras *off-line* sediadas na Internet. Mas, nas lógicas operativas do meio, isso adverte quanto a haver um caráter presumidamente mais democrático na Internet (ou na Web, como o Google sugere) do que nos meios precedentes (*off-line*).

Por último, também é curioso que nas “sugestões” apareçam emissoras presumidamente TVs ou web TVs que assim foram “lidas” pelo *software* como pertencentes a uma categoria ou a outra, e em relação às quais apenas no primeiro caso o *site* referiu-se ao seu caráter *on-line*; no segundo caso, referiu-se ao seu caráter Web.

O que isso estaria sinalizando acerca das enunciações do meio sobre web TVs? Um estágio da técnica em que o ponto zero do fenômeno ainda é indiscernível (confundindo os próprios programadores)? Ou um estágio da técnica em que se disputa a primazia do enunciado?

Até o momento (conforme os “resultados” e as “sugestões” do Google, e conforme a metodologia adotada), autenticamos as seguintes alternativas de entendimento dos enunciados concernentes à TV:

- todo e qualquer *site* que se apresente de qualquer jeito na Internet relacionado à televisão pode ser entendido como webtv;
- todo e qualquer *site* que se apresente de qualquer jeito na Internet relacionado à televisão na Internet pode ser entendido como webtv;
- todo e qualquer *site* que se apresente de qualquer jeito na Internet relacionado à TV como mídia, aparelho (suporte) ou distribuição de sinal (paga ou gratuita) pode ser entendido como webtv;

- todo e qualquer *site* que se apresente de qualquer jeito na Internet relacionado a qualquer coisa relacionada à TV ou à televisão pode ser entendido como webtv.

Nesses quatro conjuntos (ou coleções) de *sites* que emergiram da busca pelos três termos com a qual iniciamos a pesquisa, nos “resultados” e “sugestões”, eles (os termos) foram reduzidos a uma mesma designação, o que é uma tradução autoral do *software* do Google, fenômeno que, assim relatado e entendido, coloca em crise e critica uma consagrada noção, talvez autoritária (e nos interrogamos sobre isso), que tende a vincular a autoria de qualquer produto midiático a um sujeito humano. Não estariam aí se evidenciando problemáticas conceituais relativas ao limiar comunicativo do humano e o de suas extensões midiáticas?

Tornar afins coisas bastante diversas e díspares nos parece ser um sintoma do estágio da técnica (maquínica) e dos estudos do meio, como também o é o índice adotado pelos *softwares* e algoritmos para colecionar ou tornar afins coisas que até então entendíamos às vezes bastante distintas.

Assumindo que, nos termos de Goethe, lidos por Benjamin, as afinidades são eletivas⁸, quais seriam, então, no estágio da técnica e dos estudos do meio, os elementos técnicos e enunciativos que permitiriam acionar do banco de dados armazenados aquelas imagens-lembrança⁹ de TV que nos interessavam quando iniciamos a busca? Ou seja, qual é a ideia de TV que dura nas coleções (de “resultados” e “sugestões”) inventadas pelo programa de busca do Google a partir de seu próprio banco de dados?

Com tais questões e apontamentos estamos sugerindo que as enunciações de TV e web TV na Internet também estão sendo ensaiadas (testadas) pelo conjunto de *softwares* (em seu atual estágio técnico) utilizados para arquivar (coleccionar) e disponibilizar ao buscador certas respostas (enunciativas) a suas buscas.

Considerações finais

As considerações que faremos a seguir só são finais no âmbito desse artigo, que é relativo às nossas primeiras buscas na Internet para entender o que são web TVs a partir das enunciações de si praticadas pelo meio sob o compósito de molduras e moldurações por ele praticadas. Quanto à pesquisa que estamos relatando, as considerações resultam de uma primeira aproximação ao objeto, o que lhes confere um sentido mais interrogativo do que conclusivo.

⁸ Reiteramos que Benjamin (2006) apropriou-se desse enunciado de Goethe (que dá título ao livro *Afinidades eletivas*, de 1998) para sugerir critérios cartográficos para tornar afins imagens de constelações inventadas pelo pesquisador, no interior das quais haveria imagens dialéticas que iluminariam toda a constelação porquanto seriam imagens críticas da imagem, porque suportariam a tensão entre o que foram e o que delas dura no que elas ainda são.

⁹ Estamos aqui conclamando as noções de Bergson (2010) para explicar o acionamento de imagens-lembrança pela necessidade de agir no presente.

Primeiro de tudo, e para muito além da pesquisa em pauta, estamos cogitando seriamente estar havendo um descaso da pesquisa em geral em relação aos sentidos de:

- local, regional, nacional e global;
- televisão e/ou de outras mídias.

Tais sentidos, entretanto, estão profundamente implicados na produção audiovisual contemporânea quando se a pensa mediada ou midiaticizada por tecnologias analógicas e/ou por tecnologias digitais, e mereceriam mais atenção da pesquisa.

Não se trata apenas da ingerência da Internet no processo de globalização, ou de sua facilitação à convergência dos meios e à diluição das fronteiras entre as coisas até então conhecidas como tais coisas. Trata-se, até mais que disso, da correlação entre a digitalização de conteúdos midiáticos e a aceleração da transcendência de qualquer forma de individuação (a de um indivíduo, a de um local, a de uma região, a de uma nação, a de uma mídia etc.) nos termos em que a entendíamos analogicamente.

É óbvio que esses termos vêm se tornando obsoletos e insuficientes para analisar a conjuntura tecnocultural contemporânea; mas isso não quer dizer que os devamos ignorar. Ao invés, é preciso considerar como e porque eles se tornam menos importantes, e, numa perspectiva não saudosista ou melancólica (e ainda muito menos numa perspectiva ufanista!), o que advém de tais radicais mudanças de perspectiva, no interior da qual, por exemplo, a primazia do sujeito e da identidade (e leia-se aqui de forma mais abrangente, o antropocentrismo) está real e radicalmente em crise.

Em segundo, nesse artigo temos por presumido e autenticado na análise que, na Internet, há essencialmente duas televisões, duas coisas diferentes designadas igualmente de TV. A essas duas coisas demos o nome provisório de TV *off-line* na Internet e de web TV, e elas se distinguiriam claramente em natureza (e não apenas em grau) porquanto a primeira estaria expressivamente relacionada às lógicas *off-line* adaptadas à Internet, resistindo, no entanto, às últimas; e a segunda estaria se expressando com naturalidade sob as lógicas operativas e significantes (relativas às molduras e moldurações próprias do meio) da Internet na constituição de si como diferença, perceptíveis na oferta de sentidos peculiares ao que veicula ou disponibiliza ao buscador, ainda que mimetize lógicas precedentes (*off-line*). Por conta das sutilezas que distinguem as duas coisas, ainda é preciso esclarecer nosso entendimento acerca do que sejam TVs *off-line* e TVs *on-line*.

Ainda que se tente fazer isso à luz de uma ontologia generalizante anterior à Internet (constatamos o investimento numa ontologia desse tipo – muito arriscado, diga-se de passagem – em vários textos de vários autores), entendemos ser muito difícil discernir hoje o que está *on-line* do que está *off-line*, antes de tudo porque o sentido dos termos foi substancialmente alterado pelas tecnologias digitais que se alastram na comunicação mediada por computadores.

Também entendemos que os sentidos dos termos analógico e digital, ainda que recentes, estão tão em crise quanto os mais antigos – de mídia, e de representação, por exemplo –, sendo que constatamos que vários autores em vários textos os têm problematizado. A perspectiva que mais tem nos interessado fazer avançar é aquela em que se problematizam as noções de analógico e digital desde duas alternativas não excludentes: estaríamos nos referindo a um caráter tecnológico analógico-digital, ou a um caráter estético analógico-digital? Se adotarmos a primeira, ou a segunda, o que diremos será algo totalmente diverso. Na segunda, por exemplo, e que é a que mais nos interessa, podemos pensar numa estética analógica construída digitalmente, e numa estética digital construída analogicamente.

Considerando a brevidade do texto e a complexidade dos termos, decidimos reduzir a problematização para a seguinte proposta conceitual, a título de considerações finais, independente das práticas enunciativas dos meios (e que devem ser lidas, portanto, no intercurso metodológico, como iniciais da pesquisa), ressaltando que, mesmo que estejamos convencidos de que na Internet, independente da circunstância de origem analógica ou digital das imagens, elas foram todas tornadas digitais – ou seja, elas são imagens cuja origem (nesse caso a última e não a primeira) é um código binário que se configura como imagem no momento de sua exibição:

- o sentido de *off-line* é atribuído a conteúdos televisivos que são veiculados (exibidos) fora da Internet, mesmo que as emissoras os repliquem na Internet;
- o sentido de *on-line* é atribuído a conteúdos televisivos que são veiculados (exibidos) fora da Internet e replicados na Internet, e também aos conteúdos produzidos por emissoras que só existem na Internet, às quais passamos, agora, a chamar estritamente de web TVs.

Desde tal ponto de vista, as enunciações aqui abordadas da mídia Internet sobre o que são web TVs atrapalham-se, e tendem a confundir nosso entendimento. Mas, sem dúvida, sinalizam uma convergência que ultrapassa o limite das técnicas em direção aos limites do conceito. Ou seja, é o próprio cognoscível que passa a ser colocado em crise epistemológica, o que, em paralelo, coloca em crise a ontologia da imagem de TV, e, arriscamos dizer, a da imagem em sentido mais largo.

Referências

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte/UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado da São Paulo, 2006. 1667p.

BERGSON, Henri. **Matéria e memória**. 4.ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010. 304p.

DELEUZE, Gilles. **Bergsonismo**. São Paulo: Ed. 34, 1999. 144p.

FISCHER, Gustavo Daudt. *Tecnocultura: aproximações conceituais e pistas para pensar as audiovisualidades*. In KILPP, Suzana; FISCHER, Gustavo Daudt (Orgs.). **Para entender as imagens: como ver o que nos olha?** Porto Alegre: Entremeios, 2013. 216p.

_____. Do audiovisual confinado às audiovisualidades soterradas em interfaces enunciativas de memória. In KILPP, Suzana (Org.). **Tecnocultura audiovisual**. Temas, metodologias e questões de pesquisa. Porto Alegre: Sulina, 2015. 207 p.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Annablume, 2011. 134p.

KILPP, Suzana. **Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul**. São Leopoldo: Unisinos, 2000. 124p.

_____. **Ethnicidades televisivas**. São Leopoldo: Unisinos, 2003. 239p.

_____. **A traição das imagens**. Porto Alegre: Entremeios, 2010. 124p.

NASCIMENTO, Evando (Org.). **Jacques Derrida: pensar a desconstrução**. São Paulo: Estação Liberdade, 2005. 350p.

Suzana Kilpp

Socióloga, mestrado em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. É professora do PPG em Ciências da Comunicação e do curso de Comunicação Digital da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, e pesquisadora do CNPq (PQ-2). Tem experiência nas áreas da História e da Comunicação, com ênfase em Comunicação, principalmente nos seguintes temas: tecnocultura audiovisual, audiovisualidades, televisão, história da arte e das mídias, técnicas e estéticas audiovisuais. Publicou, entre outros, os seguintes livros: *Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul* (2000); *Ethnicidades televisivas* (2003); *Mundos televisivos* (2005); *A traição das imagens* (2010). Coordena o grupo de pesquisa Audiovisualidades da Tecnocultura: Comunicação, Memória e Design (TCAv). E-mail: sukilp@unisinos.br

Recebido em: 26.10.2015

Aceito em: 28.05.2016