

GLOBO MEDIA CENTER: TELEVISÃO E INTERNET EM PROCESSO DE CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

Ana Sílvia Lopes Davi Médola

Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista – UNESP/Bauru

A era das conexões integra nosso cotidiano em diferentes setores da vida, social, cultural, econômica e política. Na comunicação os meios estão se convergindo e a internet passa a receber a TV. O passo inicial para o processo de convergência entre os meios televisão e internet no Brasil foi dado com o lançamento da central de conteúdo em *streaming* de vídeo, o *Globo Media Center*, do portal e provedor *Globo.com*. Com isso, o internauta passou a ter acesso a parte dos programas e vídeos da *TV Globo* e dos *Canais Globosat* disponibilizados na rede mundial de computadores. Importante ressaltar que se trata de poder acessar na web, pelo menos por enquanto, apenas parte dos títulos veiculados pelas emissoras. O portfólio inicial, segundo informa o site *TelaViva*, foi de 50 mil títulos com a perspectiva de acrescentar dez mil novos títulos por mês, catalogando cerca de 300 novos vídeos a cada dia.

Sabemos que o processo de convergência midiática ou a migração digital dos meios configura uma fase de transição. A televisão que conhecemos não pode estar integralmente na internet por uma série de motivos: o primeiro diz respeito à questão da temporalidade. A transmissão em tempo real, por ondas eletromagnéticas impõe uma contingência de concomitância entre emissão/recepção no processo de veiculação. Disto decorrem as características difusionista e programática dos meios eletrônicos, de modo que os conteúdos fragmentados em edições, séries, capítulos, intervalos são veiculados de um único ponto para milhares de outros aparelhos receptores ao mesmo tempo. Nessas características estão as bases do processo de comercialização: número de pessoas (projetado estatisticamente), assistindo determinado programa em determinado tempo, é o que estabelece o valor

mercadológico do conteúdo transmitido. Neste caso, a concomitância no processo de fruição é ao mesmo tempo contingência e medida do valor de mercado.

Para o assinante do *Globo Media Center* essa concomitância só é possível atualmente para o acesso a apenas um dos canais da *Globosat*, a *Globo News*. Outros canais da empresa, tanto o da *Rede Globo* quanto os transmitidos via cabo também poderiam estar no site e certamente estarão no futuro. Os motivos pelos quais esse serviço ainda não é oferecido, ou seja, a razão pela qual a programação da *TV Globo*, transmitida em sinal aberto, também não está no site, diz respeito, obviamente, às questões relativas aos interesses comerciais de várias empresas envolvidas neste processo, como por exemplo, as empresas de telefonia, responsáveis em última instância pela era da conexão. A divisão do mercado é ainda empecilho para o pleno movimento de convergência dos meios. Mas será somente este o principal motivo? Outro desafio neste processo de migração digital pode estar nas condições sócio-econômicas da população. Quantos milhões de brasileiros, neste momento, deixariam de ver a programação de televisão veiculada pelo sistema aberto, com o custo apenas da energia elétrica, para ter acesso a uma mesma programação, tendo que pagar além da energia elétrica, o telefone e a assinatura? A experiência da TV a cabo no Brasil mostra que relativamente poucos. Tendo em vista as profundas contradições vividas em nosso país nos diferentes segmentos sociais, causadas por uma das maiores concentrações de renda do planeta, de modo que as injustiças sociais e econômicas, bem como os desníveis educacionais e as diversidades culturais, impõem a exclusão de parcela significativa da população deste mundo das tecnologias digitais. Como pensar os processos de convergência midiática, de migração dos meios analógicos para os digitais sem considerar o alijamento sócio-cultural da massa de excluídos. Quanto tempo a televisão, como conhecemos hoje, irá coexistir com os meios já plenamente integrados em um só suporte, o computador, até que seja plenamente extinta? Os interesses comerciais vão promover sua extinção sem, paralelamente, possibilitar a inclusão digital das populações mais pobres? A lógica capitalista dita as regras. Portanto, em que pese a necessidade de repensar a questão da comercialização dos conteúdos na nova mídia, não parece que este seja o principal obstáculo para disponibilizar na rede as programações das TVs em sua totalidade. Outros problemas agem diretamente no processo de convergência.

É notório que um dos pilares de construção da audiência hegemônica conquistada pela *Rede Globo de Televisão*, ao longo de décadas, é o conhecido “padrão globo de qualidade”. O cuidado com a qualidade da imagem e do áudio veiculados foi elemento de importância fundamental na conquista e consolidação de audiência. Comprometer esta conquista institucional em uma nova mídia, desprovida ainda de uma linguagem própria, com características a serem exploradas, num momento em que não há uma ameaça efetiva da concorrência e cujas condições técnicas não garantem qualidade equivalente à da TV, há que se pensar em que tipo de “TV Interativa” oferecer nesta fase de migração tecnológica. Certamente, na lógica das empresas de comunicação, não se pode ignorar a necessidade de se inserir no mundo digital, mas também não é possível ignorar os problemas do processo migratório. Se, por um lado, é necessário considerar que as dificuldades técnicas e comerciais de transição da TV para o computador, como um novo suporte midiático, impedem a plena transposição dos conteúdos, há que se considerar também o fato de que a fase atual do processo migratório não apresenta a exata dimensão de suas possibilidades técnicas, mercadológicas e estéticas.

A migração da televisão para a internet é, em última instância, um processo de constituição de uma nova mídia e como tal requer um olhar cuidadoso. Mas qual olhar? Diferentes visões sobre as transformações nas formas de organizar significativamente o objeto em questão podem ser formuladas pelo viés da sociologia, da filosofia, da antropologia, da economia, entre outras. Propomos refletir, sob a luz da semiótica discursiva, como ocorre a produção de sentido neste processo de transitório de integração entre mídias, com ênfase nas formas de fruição que a nova mídia desencadeia em relação à TV tradicional.

O Globo Media Center: TV interativa?

Abaixo temos a página inicial do *Globo Media Center* que pode ser acessada pelo site <http://gmc.globo.com>. Nela, o internauta vai se deparar de imediato com uma interface gráfica que sincretiza diferentes sistemas de linguagens simultaneamente, mas ainda não a audiovisual. Fotografias, ícones, logotipos, todos estáticos, nada de imagem em movimento. Ao entrar na página inicial do site, observamos que o esquema de organização e os procedimentos operativos propostos para a navegação são completamente diferentes da

estrutura formal da televisão. No entanto, esta configuração é construída com base nos mesmos elementos combinatórios tanto da língua escrita quanto dos antigos e modernos meios de comunicação. Esta é uma das características da forma de produção e distribuição dos conteúdos presentes nos suportes derivados das novas tecnologias. Então, que TV é essa? O que é essa interatividade?

Uma resposta imediata poderia ser: essa é a TV possível atualmente no Brasil. Possível não apenas por limitações tecnológicas, mas principalmente por limitações comerciais. E a interatividade, estaria na ação do enunciário acessar o site e acionar links para colocar um determinado vídeo para “rodar”? À primeira vista, essa é uma das formas de ‘interatividade’ proposta, uma vez que, ao contrário do que acontece com o telespectador que pode optar por uma postura passiva diante do aparelho de televisão, se o usuário não executa os procedimentos necessários para baixar um arquivo em vídeo, nada acontece. Por enquanto, audiovisual depende da ação procedimental do usuário. Tomemos como exemplo de análise a página inicial do site do *Globo Media Center*.

Figura – Página Inicial -----

Tudo o que vemos é estático, dividido por gêneros de produtos: jornalismo, entretenimento, especiais... Um catálogo do que está disponível para ser rodado no ‘palco principal’, a tela em que está a imagem do cantor/compositor/ministro, Gilberto Gil. A navegação, a exploração da página leva o internauta a descobrir e construir as trilhas do enunciado. O link denominado ‘Tour Virtual’, funciona como um manual de procedimento, ensinando o usuário a acessar os produtos disponíveis e colocá-los para ‘rodar’ no palco principal.

O que faz com que o telespectador da televisão brasileira acesse o site <http://mgc.globo.com> e posteriormente se torne um assinante do serviço? O desejo de conexão, de estar sintonizado com as novidades da tecnologia digital, de ser um cibercidadão? Uma razão bastante aceitável que também impulsiona, por exemplo, o consumo dos últimos lançamentos em aparelhos e softwares para assistir, por exemplo, televisão no celular, aparato tecnológico cujo potencial pode efetivamente realizar a tão festejada convergência dos meios, embora neste momento o serviço no Brasil seja ainda intermitente, disponibilizado apenas em alguns lugares.

Os desafios a serem enfrentados são muitos até que a televisão seja completamente absorvida pelos novos meios. No estágio atual da convergência, notamos que, em relação ao nosso objeto de análise, a fruição dos produtos audiovisuais disponibilizados pelo *Globo Media Center* é feita por um enunciatário internauta, que é ao mesmo tempo usuário do serviço e telespectador. Um enunciatário que sincretiza, portanto, três papéis quando em contato com a proposta de televisão na *web*. Internauta porque é preciso estabelecer conexão com a rede, usuário porque vai se servir de um catálogo disponibilizado e telespectador porque esse acesso é motivado por modalidades provenientes da experiência vivida previamente como telespectador. Antes de ser internauta o sujeito que acessa o *Globo Media Center* é telespectador da TV (aberta ou via cabo), pois é em função do que já viu ou conhece que se sente modalizado a agir e acessar o sistema.

TV e internet: produção de sentido no processo de fruição.

A abordagem da produção de sentido no processo de fruição da televisão na Internet implica refletir sobre como as novas tecnologias de comunicação introduzem novas formas de conduta a serem pensadas pela semiótica. Em primeiro lugar, trata-se de um texto construído em processo, que se manifesta pela intervenção de um enunciatário apontando para um tipo particular de enunciação em ato. Podemos considerar que o texto enunciado existe anteriormente à sua atualização, como virtualidade. O papel do enunciador é anterior, pressuposto logicamente como em todos os demais textos produzidos em qualquer suporte e em qualquer linguagem, mas neste caso ele somente é manifestado concretamente, ou seja, auditiva e visualmente, pela ação de um enunciatário, sujeito operador neste processo comunicativo dotado de competência semântica e competência modal para agir.

Desta forma, o enunciado, alocado no ciberespaço, é uma virtualidade que somente se atualiza pela intervenção de um outro. Eis aí a primeira condição para a construção do efeito de sentido de interatividade. Trata-se de efeito de sentido, pois a maior parte das configurações textuais passíveis de serem manifestadas já foram concebidas. A imanência do texto em que enunciador estrutura a manifestação é programada e anterior à atualização. A questão da interatividade na convergência midiática, inerente à enunciação como instância complexa da colocação em discurso requer atenção especial quando pensadas no nível discursivo do percurso gerativo do sentido. Além de se proporem interativas

(categoria da pessoa) no processo enunciativo, as mídias decorrentes das novas tecnologias são aterritoriais (categoria do espaço), são velozes (categoria do tempo). Trata-se, portanto, dos elementos da sintaxe discursiva, inerentes ao processo enunciativo, aplicados à análise de conteúdos acessados no ciberespaço.

Entre os prazeres característicos do ambiente digital está a navegação, uma forma específica de enunciação em ato. Nela estão implicados os três tipos de projeções mencionados acima. Vejamos alguns aspectos relativos a espacialidade. O texto enunciado se estrutura em interfaces gráficas, páginas compostas de elementos gráficos metafóricos do mundo natural, recursos técnicos, links, justaposições. O designer gráfico na espacialidade da página tem o propósito de facilitar a interação homem-máquina por meio das estruturas significativas colocadas em relação, explicitadas por uma superfície espacial que se dá a ver. A concretização do conteúdo em espaço/tela está subordinada à intervenção do enunciatário também na temporalidade da conexão. Sabe-se que um site é antes de tudo um depositário de informações. O *Globo Media Center* tem como exigência pressuposta de sua existência o armazenamento da produção audiovisual das emissoras de TV das Organizações Globo. No atual processo de transição, nos encontramos entre as fases analógica e digital dos meios, em que as informações e conhecimentos registrados, organizados e veiculados pelas mídias tradicionais, começam a ser transportados para os computadores. No caso da televisão são vídeos, filmes, novelas, séries, seriados, *making offs*, videoclipes, entre outros gêneros e formatos de programas. Tudo passa a ser armazenado nas prateleiras dos zeros e uns. Com isso, o ato de acessar as informações disponibilizadas adquirem um caráter utilitário, de serviço, determinado pelos interesses do sujeito que se conecta.

Acessar qualquer dos produtos depositados no site requer previamente tipos diferentes de modalização do sujeito que estabelece a conexão e que constrói posteriormente o enunciado. Dizer que se trata de um usuário esclarece pouco a respeito das motivações. Um usuário movido pela curiosidade pode simplesmente querer-saber como ver TV no computador, mas para isso precisa querer-fazer, saber-fazer para poder-fazer. Precisa estar modalizado para a inclusão neste novo meio de acesso ao universo audiovisual. As articulações das modalizações são fundamentais na produção do sentido e elas podem ser apreendidas no enunciado construído, pois são as estratégias de

manipulação entre enunciador e enunciatário, presentes nas projeções da enunciação no enunciado é que vão determinar que tipo de sentido é gerado no processo da enunciação em ato, durante o acesso ao depósito de informações do site.

Virtualmente disponível, a atualização do enunciado pressupõe a ação do enunciatário, condição básica para a ocorrência de uma das formas de interatividade. Uma vez atualizado, o acesso se concretiza espacialmente em tela e ganha velocidade no tempo. A temporalidade no processo de fruição recebe, adquire, forma assim, contornos absolutamente novos. Do ponto de vista do tempo, a percepção sensível inerente ao percurso do sujeito em interação com o site configura a modalização do ser-fazer. É na temporalidade da interação, da conexão, que o enunciatário constrói o enunciado.

Neste processo, a relação espaço-temporal e actancial é intrínseca. Os links são pontos de cruzamento, chaves da incoatividade e terminatividade dos conteúdos acessados, balizas que demarcam o percurso da navegação. A fruição dos produtos audiovisuais demarca a duratividade temporal que tem como possibilidade de terminatividade a ação do enunciatário, detentor do poder-fazer a interrupção, a qualquer tempo, do programa acessado; detentor do poder-fazer o acesso a um link com informações adicionais, um *chat* para ‘conversar’ sobre o programa em questão, enfim, poder-fazer prolongar a temporalidade da fruição, da conexão com o conteúdo que deseja.

Atualmente, as condições técnicas ainda não permitem a rapidez e a qualidade de imagem equivalente ao aparelho receptor de televisão. Nem mesmo a programação em tempo real ainda está totalmente disponível ao usuário/telespectador. No entanto, muitas estratégias de persuasão são adotadas para criar o efeito de sentido de uma televisão adaptável à temporalidade do usuário. Além de o enunciatário poder optar pelo arquivo que deseja, determinando o momento de início e de interrupção de sua exibição, o site disponibiliza o recurso da ‘*Play List*’, em que o enunciatário pode compor sua própria grade de programação, selecionando diferentes produtos audiovisuais para serem exibidos na seqüência por ele estabelecida. Uma simulação de seqüencialidade de programação estruturada pelo próprio enunciatário

Ancoragens estruturais do analógico no digital.

Aparentemente, a transposição de produtos audiovisuais dos suportes analógicos para o digital guarda ainda certos aspectos relativos a determinadas formas de fruição anteriores aos meios digitais. Locar um vídeo ou DVD para assistir em casa é substituído pelo banco de dados de vídeos e programas colocados à disposição na rede pelo site *Globo Media Center*; delegar ao enunciatório a ação de organizar uma programação própria com o recurso da *play list*, remete certamente ao tipo de autonomia conferido pelo efeito *zapping*, possibilitado pela introdução do controle remoto. Condutas semelhantes a atos anteriores, mas que diferem basicamente na facilidade de acesso e velocidade temporal.

Além dos referenciais simbólicos resgatados da condição primeira de telespectador, a ação do enunciatório nesse novo processo de fruição interage ainda a partir de elementos estruturais herdados do meio anterior, a televisão: são a fragmentação, a seqüencialidade programática e a figuratividade imagética. Falar em fragmentação na hipermídia parece bastante pertinente, seqüencialidade e figuratividade, no entanto, parecem conceitos completamente deslocados das estruturas digitais, hipermidiáticas, não lineares. Porém, um olhar mais cuidadoso revela que a seqüencialidade é inerente ao sintagma do percurso de navegação, de modo que os links apontam direção, e as conexões por eles possibilitadas configuram o percurso realizado pelo enunciatório/usuário. A figuratividade, por sua vez, predomina nas representações icônicas não apenas nos produtos audiovisuais, mas também nas interfaces gráficas, em gradações que vão do figural à mais figurativa das representações imagéticas. Resquícios evidentes não apenas dos suportes analógicos, mas ainda de uma mentalidade analógica.

BIBLIOGRAFIA::

- FIORIN, José Luiz, *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Ática, 1996.
- FLOCH, Jean-Marie. *Petites mythologies de l'œil et l'esprit : pour une sémiotique plastique*. Paris, Amsterdam : Hatès-Benamins, 1985.
- GREIMAS, Algirdas Julien. "Semiótica Figurativa e Semiótica Plástica". In: OLIVEIRA, Ana Cláudia. *Semiótica Plástica*. São Paulo: Hacker Editores, 2004.
- _____. "L'Enonciation: une posture épistémologique." In : *Significação : Revista Brasileira de Semiótica*. Ribeirão Preto, SP: Centro de Estudos Semióticos A. J. Greimas: nº1, 1974.

- LANDOWSKI, Eric. “Modos de presença da visível”. In: OLIVEIRA, Ana Claudia. *Semiótica Plástica*. São Paulo: Hacker Editores, 2004.
- LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 2000.
- MACHADO, Arlindo. *Hipermídia: o labirinto como metáfora*. São Paulo: Senac, 2001.
- MARTINS, Francisco Menezes e SILVA, Juremir Machado. (orgs) *Para navegar no século XXI*. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2000.
- VILCHES, Lorenzo. *A Migração Digital*. Trad. Maria Immacolata Vassallo de Lopes. São Paulo/Rio de Janeiro: Edições Loyola/Editora PUC-Rio, 2003.