



**Janela em alta definição:
a imagem e a transformação de sentido
na era da tv digital**

Renné Oliveira FRANÇA*

Resumo

O objetivo deste artigo é compreender as modificações de produção de sentido operadas pelo advento da televisão digital. A alta definição de imagem poderia mudar a percepção do telespectador e a maneira como ele se relaciona/consome os objetos midiáticos? A partir de uma breve discussão a respeito da inserção da televisão na nossa sociedade e das concepções acerca das teorias da imagem (com autores como Paul Virilio e Susan Sontag) pretende-se questionar por quais possíveis mudanças os produtos televisivos estariam passando. Para isso, o trabalho presente se foca no conceito de olímpianos (cunhado por Edgard Morin) para exemplificar essa nova experiência midiática. Como o mundo glamourizado dos olímpianos resistirá ao impiedoso olhar para os detalhes da televisão digital?

Palavras-chave: Televisão digital. Imagem. Sentido.

Abstract

The purpose of this article is to understand the changes in the sense production worked by the digital television. The high definition of image would change the perception and the ways to deal with the media products? From a brief discussion about the relationship between tv and society, and the conceptions about image theory (with authors like Sontag and Virilio) we want to ask about what are the possibles changes in the tv products. The present work focus on the concept of the Olympians (by Morin), to exemplify this new media experience. How the world of glamour of the Olympians will resist the details of the digital television images?

Keywords: Digital television. Image. Sense.

Formas de olhar

“Miguilim olhou. Nem não podia acreditar! Tudo era uma claridade, tudo novo e lindo e diferente, as coisas, as árvores, as caras das pessoas. Via os grãosinhos de areia, a pele da terra, as pedrinhas menores, as formiguinhas passeando no chão de uma distância. E tonteva. Aqui, ali, meu Deus, tanta coisa, tudo...”
(Guimarães Rosa)

* Professor do Departamento de Comunicação Social da UFMG.



Em *Campo Geral*, Guimarães Rosa encerra a história de Miguilim com a abertura de um novo horizonte para o garoto do sertão. A saída do interior para o mundo da cidade é belamente metaforizada no momento em que Miguilim coloca os óculos pela primeira vez e um mundo novo surge à sua frente. A miopia é corrigida e o garoto pode ver e experimentar o mundo de maneira até então inédita para ele. Os óculos trazem detalhes antes imperceptíveis e modificam a relação com o seu entorno.

O advento de aparelhos modifica a recepção dos conteúdos por retrabalhar a percepção dos sujeitos. Segundo Paul Virilio (2002), os primeiros aparelhos ópticos¹ alteraram gravemente os contextos de aquisição e restituição topográficas das imagens mentais. O autor entende que essa modificação foi maléfica ao poder imaginativo do ser humano, que teria se perdido nessa busca “de ver mais e melhor o não visto do universo” (VIRILIO, 2002, p. 18). Usando o telescópio como exemplo, Virilio discute a transferência do olhar para um encaixe entre o próximo e o distante que abole nosso conhecimento das distâncias e dimensões e obrigaria o homem a viver o mundo como uma ilusão.

Entendendo imaginação como capacidade de fazer e decifrar imagens, Vilém Flusser (2003) trata o surgimento do aparelho fotográfico como marco da modificação de produção e recepção de imagens pelo homem. Com a finalidade de representar o mundo, as imagens se interpõem entre homem e mundo, que passa a vivenciar a realidade em função das imagens. Flusser cita a fotografia colorida como exemplo desse efeito de real que “engana” a percepção do sujeito receptor: não existem cenas em preto e branco, mas existem fotografias em preto e branco exatamente pelas características químicas próprias do processo fotográfico². Nas fotografias coloridas há mais codificações complexas entre a cor “real” e sua reprodução do que entre a cor e sua imagem em preto e branco. Dessa maneira, Flusser acusa a fotografia colorida de ser mais “mentirosa” do que aquela em preto e branco por esconder a complexidade que lhe dá origem, criando uma falsa idéia de realidade. A fotografia passa a transmitir o real, ou melhor, ela se torna a própria realidade.

Retornando a Virilio, a constante aquisição de novas tecnologias ópticas levaria ao reforço da ilusão de realidade e sua culminância com o surgimento do misto audiovisual na figura da televisão.

Com a multiplicação industrial das próteses visuais e audiovisuais e a utilização não-moderada desses materiais de transmissão instantânea desde a mais tenra idade, assiste-se a uma codificação das imagens mentais cada vez mais elaborada, com a redução do tempo de retenção e sem grande recuperação ulterior, uma rápida derrocada da consolidação mnésica (VIRILIO, 2002, p. 22).

O autor discute a partir daí uma separação da experiência, com os homens lidando com impressões visuais que não pertencem a sua experiência, existindo dissociadas da imaginação e consumidas como realidade. Segundo Henri-Pierre Jeudi (2001), a imagem se impôs como modo essencial da relação entre os seres e o mundo. É imperativa, nada parece existir sem ela. A realidade do acontecimento passou a coincidir com a imagem do acontecimento. A repetição dessas imagens torna-se a repetição do acontecimento, como uma revisão do que acabou de passar, o presente se vendo sempre como o passado. E algumas dessas imagens permanecem em nosso inconsciente, às vezes até mesmo configurando a espessura de nossas percepções atuais,



atualizando o que se passou. É enorme a quantidade de “momentos” (imagens) que se condensam em nossa atual percepção do mundo.

Televisão: uma janela para o mundo

A mídia nos oferece essa enorme quantidade de imagens que em sua maioria aparecem externas ao vivido e espetacularizadas, muitas vezes buscando uniformizar a experiência. A Era do Rádio já possuía uma instantaneidade que passou a alterar nossa relação com o tempo e o espaço. Mas é a televisão, criada em 1936 e que começa a se expandir rapidamente junto com a própria contemporaneidade, que vai se impor como mídia de uma nova temporalidade que surge. Começando a se popularizar após a Segunda Guerra Mundial, a tv, segundo Ciro Marcondes Filho (1991), poderia ser vista mais próxima do rádio do que do cinema. Diferentemente do cinema e do teatro, a televisão, assim como o rádio, vai até as casas das pessoas, em vez das pessoas irem até ela. Assim, a experiência da televisão torna-se cotidiana, tendo recepção regular e contínua. Com o passar do tempo, a televisão tornou-se banal a ponto de ser classificada entre os equipamentos que constituem os bens de consumo elementares das sociedades desenvolvidas. A televisão não apenas passou a fazer parte da casa das pessoas como também se tornou uma extensão do lar.

Após décadas no espaço doméstico, ela agora invadiu todos os espaços: ruas, estações, rodoviárias e cafés, levando uma sensação de lar para quem está longe de casa. A proliferação dos aparelhos de televisão e de seus canais aconteceu juntamente com a evolução tecnológica que veio modificar nossa relação com o tempo e o espaço.

Para Arlindo Machado (2003), a televisão, muito mais do que os meios anteriores, funciona segundo um modelo industrial, adotando as mesmas estratégias de produção em série, tão comuns na era moderna. A programação ininterrupta da televisão fez com que se adotasse os modelos de produção em larga escala para conseguir ser alimentada de material audiovisual através da repetição infinita de um mesmo protótipo. Dessa maneira, um grande número de programas diferentes é produzido a partir de um padrão, que repete seu modelo básico ao longo do tempo, com variações maiores ou menores.

O fato mesmo da programação televisual como um todo constituir um fluxo ininterrupto de material audiovisual, transmitido todas as horas do dia e todos os dias da semana, aliado ainda ao fato de que uma boa parte da programação é constituída de material ao vivo, que não pode ser editado posteriormente, exigem velocidade e racionalização da produção. A tradição parece demonstrar que um certo ‘fatiamento’ da programação permite agilizar a produção (o programa pode já estar sendo produzido) e também responder às diferentes demandas por parte dos distintos segmentos da comunidade de telespectadores (MACHADO, 2003, p. 86).

O “fatiamento” da programação, aliado à incessante mudança de canais através do controle remoto é um emblema da atualidade. A busca por informações a serem consumidas o mais rapidamente possível alimenta o gosto pelo efêmero, numa tentativa desesperada de acompanhar a passagem cada vez mais acelerada do tempo.



Não apenas reflexo, mas também ator de um novo tempo, a tv implicou, além de toda essa verdadeira industrialização quanto à produção e difusão das imagens, uma aceleração espaço temporal.

Em círculos concêntricos, a televisão engendra ainda reações em cadeia no conjunto da sociedade contemporânea, nos mundos financeiro, político, artístico, cultural. O sistema televisual preenche toda sorte de funções inéditas, assumindo atividades desertificadas ou fragilizadas pelas mudanças sociais recentes: diálogo interpessoal, opinião pública, diversões populares, cultos religiosos, magia, etc., que se encontram permeados, quando não substituídos, pelo fenômenos televisual (WUNENBURGER, 2000, p. 16).

Jean-Jacques Wunenburger (2000) apresenta a televisão como a forma de produção, difusão e de recepção de imagens e sons mais difundida. Seu impacto sobre a vida pessoal e coletiva e sobre a cultura não pode ser negado. De acordo com o autor, a vida do homem contemporâneo funciona em torno dos acontecimentos televisuais. Nações inteiras se regulam por seus telejornais noturnos, conversas no trabalho giram em torno de seriados ou novelas assistidos por todos num mesmo momento na noite anterior e catástrofes e revoluções são vividas ao vivo pelos canais que se tornam as maiores fontes de informação de homens públicos e de formadores de opinião.

No final do século XX, a popularização da internet trouxe um novo instrumento para o partilhamento de sentidos e foi, para Castells (2004), o epicentro de muitas áreas da atividade social, econômica e política e um instrumento para a organização social, da ação coletiva e da construção de sentido. A internet não é apenas uma tecnologia: é o instrumento tecnológico e a forma organizativa que distribui o poder da informação, a geração de conhecimentos e a capacidade de ligar-se em rede a qualquer âmbito da atividade humana (CASTELLS, 2004, p. 311).

Trata-se de uma nova mídia baseada na interatividade e na mistura, uma confluência de meios que modifica mais uma vez nossa experiência da realidade. Lev Manovich (2001) utiliza a figura de banco de dados para falar das novas mídias. Trata-se de uma mídia em que os produtos deveriam ser pensados mais na relação, com o sentido sendo construído através da simultaneidade de eventos, com a narrativa dando-se pela estrutura em uma interface cultural alimentada por uma base que recebe o nome de banco de dados. Segundo ele, a cultura de consumo geraria diferentes narrativas a partir de um mesmo banco de dados, já que se trata de uma base tão ampla que estaria além de uma escala humana, algo repleto de ramificações que se abrem, se entrecruzam e confluem configurando essa nova mídia.

Televisão digital

No dia 02 de dezembro de 2007 uma nova tecnologia midiática foi inaugurada no Brasil. A televisão digital foi instalada em meio a várias discussões políticas e promessas para o telespectador. Em meio aos debates, a questão da inclusão digital perdeu espaço nos jornais para as vantagens da resolução da imagem e interatividade.

Carlos Montez e Valdecir Becker (2005) compreendem a televisão digital brasileira como peça essencial na resolução dos problemas de inclusão social. Segundo os autores,



vivemos em uma Sociedade da Informação, baseada não mais na mão-de-obra e no acúmulo de capital, mas no acúmulo de conhecimento e informação. O advento da televisão digital permitiria um acesso maior ao conhecimento, uma vez que a televisão é o meio de comunicação mais popular no país e entre as possibilidades da transmissão digital estaria o acesso à internet, possibilitando às diferentes camadas da população o acesso a diversos tipos de informações. “Hoje a televisão é uma ferramenta de cidadania e cultura, que fornece apenas informação e entretenimento. A TV digital pode ser uma ferramenta de inclusão social, oferecendo mais informação e propiciando maior acesso ao conhecimento”. (BECKER & MONTEZ, 2005, p. 38).

Para além da fundamental discussão a respeito da inclusão social através de uma inclusão digital propiciada pelo meio, o esforço de discussão aqui será o de tentar perceber de que maneiras o advento da nova tecnologia pode mudar nossa relação com o processo de assistir televisão e consumir imagens. Assim como Miguilim ao colocar os óculos pela primeira vez, estamos frente a um mundo novo de possibilidades. A televisão digital possui determinadas especificidades técnicas que merecem uma discussão mais atenta.

Uma nova experiência

A tv digital brasileira ainda possui como foco o som e as imagens digitais. Além da estabilidade de recepção, a tecnologia digital permite imagens em alta definição, com maior nitidez de cores e detalhes visuais antes imperceptíveis na televisão analógica. Além disso, os programas gravados e transmitidos em alta definição têm formato de tela de cinema - 16:9 (relação entre largura e altura da tela) -, enquanto na transmissão analógica, o formato é mais quadrado, 4:3. Isso faz com que a tv digital permita ver mais áreas de uma cena nos televisores modernos, o que obriga as emissoras a terem que se preocupar com o que aparece nas áreas laterais, que antes não eram exibidas.

A mudança na recepção obriga uma mudança de produção. Cenários, figurinos e maquiagens precisam ser revistos para que os defeitos, antes imperceptíveis ao público, não prejudiquem a qualidade dos programas. Da mesma forma, sujeiras ou detalhes do cenário que antes podiam passar sem atenção, agora precisam ser cuidados para não prejudicar a produção. A alta qualidade das imagens não abre espaços às dúvidas: rugas, cabelos brancos ou outras características físicas até então imperceptíveis em galãs são escancaradas e revelam o humano por trás da representação de beleza.

Segundo Susan Sontag (2003), a imagem oferece ao seu espectador um ilusório domínio da experiência, apelando a uma partilha do sentido que busca a credulidade de quem a vê. Entretanto, ela só conseguiria incitar nossa consciência moral se nela reconhecemos o apelo de um mundo social e histórico em particular. O caráter indicial da imagem não é suficiente, e é preciso construir alguma narrativa para que a designação pura tenha algum significado. É próprio desse signo o hiato entre a referência e o sentido, o que faz com que haja essa necessidade de narrar para que a referência possua um sentido e não outro. É pela organização narrativa do indicial que a imagem ganha sentido para o espectador que a observa.

Mas como pensar nessa necessidade da imagem de fazer uma ponte entre significante e significado? Com a tecnologia digital e a alta definição da imagem, significante e significado estão cada vez mais próximos. Um ator com características



físicas esteticamente não condizentes com o personagem que interpreta corre o risco de ser prejudicado por sua própria imagem na construção de sentido proposta. A aparência física passa a ser ainda mais importante no fazer televisivo: com o risco da maquiagem parecer falsa e pequenos detalhes revelarem a idade do intérprete, a representação liga-se diretamente ao corpo representado.

O fim dos olímpianos?

A mídia e a televisão possuem uma parcela significativa nesse processo, construindo seus modelos de beleza, talento e força física. São seres representados próximos da perfeição, com suas características baseadas em uma imagem cuidadosamente trabalhada. A essas pessoas famosas que ocupam a centralidade do conteúdo da mídia Edgar Morin (1977) denomina “os olímpianos”, em referência aos deuses do Olimpo presentes na mitologia grega. O olímpiano é um ser especial, possui traços que o distinguem dos demais mortais. Essa marca distintiva, que o coloca num outro patamar, pode ser originária da beleza física, de um grande feito esportivo, de uma ação heróica, ou mesmo de um grande carisma, empatia junto ao público. Ao se tornar um olímpiano, uma celebridade, a pessoa passa a ocupar um outro lugar no mundo: o lugar do ser adorado, idolatrado, vangloriado, criando um mundo de sonhos e fantasias para o resto da humanidade. Mas como o mundo glamourizado dos olímpianos resistirá ao impiedoso olhar para os detalhes da televisão digital?

Para a discussão, o trabalho se deterá nos olímpianos baseados na beleza física, exemplos de perfeição estética. Na alta definição de imagem, “defeitos” antes imperceptíveis podem desconstruir o processo representacional exatamente por mostrar mais do que deveria. O glamour funciona como um biombo que se coloca entre a imagem da pessoa e suas características reais: é o consumo de ilusões do qual já trataram Virílio, Flusser e Jeudy. As características da tv digital podem provocar uma quebra do efeito de real e revelar a fragilidade dessa ilusão. Estaremos vivenciando uma era em que o aumento da tecnologia, antes responsável por um consumo da representação como realidade, torna-se a possibilidade de consumo do real como efetivamente é?

É preciso o tempo todo lembrar que a imagem digital, mesmo em alta definição, continua sendo representação. Trata-se ainda da mímese apontada por Aristóteles, mas em versão anabolizada. A representação que se propõe ser entendida como realidade chega, na tv digital, naquilo que talvez seja seu ápice. A imagem torna-se, ainda mais fortemente do que antes, a realidade, ficando cada vez mais difícil distinguir a representação do representado.

É por isso que o olímpiano corre o risco de perder seu posto: trata-se da modificação de uma imagem tomada como realidade. A transformação do significante altera o sentido do significado, e aquela celebridade torna-se vítima de sua própria representação. Nossa relação com o mundo representado se modifica porque os instrumentos para olhar são transformados.



Um novo sentido

Para Mouillaud, dispositivos são lugares materiais e imateriais onde se inscrevem textos, esses últimos compreendendo formas lingüísticas, icônicas, sonoras, etc. Superando a noção de suporte, o autor afirma que os dispositivos preparam um certo horizonte de expectativas, de sentidos e que possuem uma forma que é sua especificidade, ou seja, cada dispositivo tem um modo de estruturação do espaço e do tempo. Quando a imagem analógica torna-se digital, está em relação aí um novo dispositivo, capaz de mudar a maneira de recepção dessa imagem. Por conseqüência, pode modificar o sentido dado.

A discussão de Patrick Charaudeau sobre os modos de estruturação do discurso pela mídia é útil nesse sentido. O autor aborda como os meios trabalham através da construção de um contrato, uma espécie de pacto entre quem “informa” e quem é “informado”, que leva em conta um elemento denominado *valor de verdade*, cuja construção pode demandar estratégias de autenticação.

Para Charaudeau, a informação aparece como um discurso e, desta forma, deve-se considerar as circunstâncias de fala ou escrita e a maneira como se fala ou escreve como dois pólos fundamentais para se descrever a dinâmica de produção de sentido em um discurso – sentido que só nasce da ação languageira do homem em situação de troca social³. Ao se tratar da informação, é necessário investigar a mecânica de construção de sentidos, a natureza do saber e sobre o efeito de verdade que se deseja produzir no receptor.

Falar de efeitos de verdade pressupõe uma crença, ou seja, o efeito de verdade se baseia mais na convicção do que na evidência. Para Charaudeau, este efeito “surge da subjetividade do sujeito em relação ao mundo, criando uma adesão ao que pode ser julgado verdadeiro pelo fato de que é compartilhável com outras pessoas, e se inscreve nas normas de reconhecimento do mundo” (CHARAUDEAU, 2003, p. 49). Os efeitos de verdade estão juntos dos dispositivos de influência psicossocial, ou seja, encontram-se encarnados em situações em que cada parceiro objetiva a adesão do outro ao seu universo de pensamento e verdade. Para os meios de informação, o que está em jogo não é a verdade em si, mas a credibilidade.

Os meios de informações modulariam os efeitos de verdade de um modo bastante específico, em que se envolvem três perguntas básicas: por que informar? Quem informa? Quais são as provas? O último ponto mostra-se profícuo para se entender o uso de imagens fotográficas pela mídia: ao oferecer provas, os meios informativos desejam provar a autenticidade e a verossimilhança das explicações dadas.

A autenticidade é, para Charaudeau, uma maneira de atestar a existência mesma dos seres no mundo, sem um filtro entre o que seria o mundo real e a percepção. Para o autor, essa validação construiria um real de “transparência”, como se a verdade dos seres consistisse no “estar aí”, ou, no caso de Barthes, “o isso foi”. Desta forma, para Charaudeau, os meios utilizam-se do princípio da designação: “o que é verdadeiro eu mostro a vocês”. É exatamente nesse ponto que a imagem é utilizada pelos meios de informação e “forçada” a realizar sua função predominante: quando ela tem a pretensão de mostrar diretamente o mundo como ele é

A tecnologia digital na televisão poderia ser uma ameaça ao “contrato” já estabelecido com o espectador? A ilusão que uma novela ou um show necessitam passar em sua transmissão pode ser quebrada pela alta resolução da imagem? Essas questões estão ainda em uma fase embrionária, uma vez que ainda não é possível verificar as conseqüências da tecnologia na produção e recepção brasileira. Pode-se apenas supor como as modificações do dispositivo podem interferir no sentido produzido na relação tv-espectador.

Voltando à questão dos olímpianos (conforme definidos por Morin), a imagem desses seres especiais pode perder sua força enquanto “verdade”. A beleza glamourizada pode revelar-se comum com a alta definição de uma imagem que precisa fazer jogos de luz e enquadramentos para promover o glamour.

A televisão digital traz esses novos modos de olhar que podem modificar a relação do telespectador com seus ídolos. O ídolo, trazido para próximo do comum, tornará-se menos admirado? O objeto aqui foi de tentar apontar caminhos para se pensar essa nova experiência midiática tão incipiente. Apesar de nossas questões estarem longe de uma resposta satisfatória, é fato que a televisão digital já surgiu provocando uma modificação de sentido. Resta agora aguardar e observar atentamente as implicações desse novo dispositivo em nossa experiência cotidiana.

Como os óculos para Miguilim, a tv digital brasileira pode acabar com nossa “miopia” e abrir nossos olhos para detalhes antes imperceptíveis. A janela para o mundo ganhou sua lente de aumento.

Notas

¹ O autor cita como exemplos as próteses visuais surgidas a partir na Renascença, como o microscópio, as lentes e as lunetas astronômicas (Virilio, 2002, p. 18).

² Para maiores detalhes ver FLUSSER, Villém. **A Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo:

³ CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006. p. 41

⁴ Cf. *Analyser la communication* (p. 164) apud CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006. p. 55

Referências

- BENJAMIN, W. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: _____. **Os Pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- CHARAUDEAU, Patrick. **El discurso de la informacion**. Barcelona: Gedisa, 2003.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- JEUDY, Henri-Pierre. **A Ironia da Comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2001.
- MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Massachusetts: MIT, 2001.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1991.
- MOUILLAUD, Maurice. **O Jornal da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- SONTAG, Susan. **Diante da Dor dos Outros**. São Paulo: Cia das letras, 2003.
- VIRILIO, Paul. **A Máquina de Visão**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.
- WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação**. Miraflores: Difel, 1993.
- WUNENBURGER, Jean-Jacques. **O homem na era da televisão**. São Paulo: Loyola, 2005.