

Portabilidade e mobilidade na TV digital: atrativos para a hospitalidade social*Portability and mobility on digital TV: attractives to social hospitality*por Thalita Maria Mancoso Mantovani e Souza e Maria Cristina Gobbi

Resumo: Este trabalho destaca a portabilidade e a mobilidade da televisão digital como possibilidades de promoção para a hospitalidade social. As tecnologias digitais apresentam novos ingredientes aos conceitos da hospitalidade, convergindo para o resgate do ser social, integrando e reforçando seus vínculos sociais no espaço tecnológico. Assim, com a televisão digital, é possível que tenhamos novas formas de sociabilidade, pois poderá ser levada e assistida em qualquer lugar, em decorrência dos seus recursos de portabilidade e mobilidade, os quais permitem a construção de laços sociais ou em um conceito mais amplo, a hospitalidade social nos espaços públicos. A implantação da televisão digital, além do progresso tecnológico, também permite uma comunidade mais comunicativa, com o receptor da mensagem mais ativo, participativo e interativo inclusive na construção de laços de hospitalidade. Nestas considerações, a televisão digital e as ferramentas de portabilidade e mobilidade contribuem para tornarem os espaços públicos em lugares de reconhecimento, de possibilidades de encontro, de proximidade com o outro, enfim, de hospitalidade social.

Palavras-chave: Televisão digital; Portabilidade; Mobilidade; Hospitalidade; Laços sociais; Espaços públicos.

Abstract: This paper ditach the portability and mobility of digital television as opportunities for promotion to the social hospitality. The digital technologies add news concepts to hospitality, converging to the redemption of the social being, integrating and strengthening social ties in the technological space. With the digital television, we may have new forms of sociability, because may be required and assisted in any place, as a result of their actions for portability and mobility, which allows the construction of social ties or an ample concept the hospitality social in public spaces.

Keywords: Digital television; Portability; Mobility; Hospitality, Social ties, Public spaces.

Introdução

A televisão digital, já consolidada nos Estados Unidos, Europa e Japão e que no Brasil, avança gradativamente desde 02 de dezembro de 2007, tem a capacidade de agregar benefícios aos telespectadores, tais como a qualidade da imagem e do som em alta definição (*som surround 5.1 e tela no formato 16:9*), mobilidade, portabilidade, multi programação e interatividade (Souza; Gobbi, 2009, p. 02). Isto representa, em linhas gerais, uma ampliação e interação entre as diversas áreas de pesquisas e do conhecimento, como por exemplo: gestão da informação, tecnologia, educação, comunicação, incluindo a hospitalidade, para que, juntas, busquem resultados favoráveis, contemplando os seres humanos sempre com dignidade.

Neste contexto, o presente trabalho destaca a portabilidade e a mobilidade da televisão digital como possibilidades de promoção para a hospitalidade social. São recentes os estudos e as pesquisas sobre televisão digital e hospitalidade, no Brasil. As tecnologias digitais apresentam novos ingredientes aos conceitos da hospitalidade, convergindo para a possibilidade do resgate do ser social, integrando e reforçando seus vínculos sociais no espaço tecnológico. Além da alta qualidade de som e imagem, a televisão digital é capaz de agregar inovações, como a portabilidade e a interatividade, ou ainda desenhar outras formas de preservar e manter a cultura. A combinação desses ingredientes permitirá uma maior participação dos telespectadores nos múltiplos cenários da sociedade. Isso possibilitará novas formas de ver e viver o espaço e o tempo, ampliando os vínculos sociais (hospitalidade social), contribuindo, inclusive, para a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos. Os aparelhos tecnológicos estão criando possibilidades de uma comunicação cada vez mais universalizada, conformando antigas fronteiras que, muitas vezes, impediam o livre e igualitário intercâmbio de informações e a troca de conhecimentos entre os homens em seu ambiente social. E esses fatores se apresentam como estímulo para o desenvolvimento desta pesquisa.

Televisão digital e hospitalidade

A evolução natural do homem permitiu avanços e a expansão dos seus conhecimentos, contemplando informações, contatos, trocas, comunicação, haja vista as interferências e exigências decorrentes da tecnologia. Os indivíduos devem enfrentar os desafios tecnológicos na busca de respostas e soluções que atendam a todos, de forma satisfatória e que minimizem as desigualdades sociais, culturais, políticas e econômicas presentes nas sociedades. Como aborda Sartori (2001, p. 16): "... é compreensível que qualquer inovação incomoda porque muda situações em que a sociedade humana está constituída".

Contudo, não se pode pensar que a tecnologia determina a sociedade. A tecnologia é resultado de pesquisas produzidas por pessoas e colocada à disposição das pessoas. Lévy (2007, p. 25) informa que: "Uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas. E digo condicionada, não determinada. ... Dizer que a técnica condiciona significa dizer que abre algumas possibilidades, que algumas opções culturais ou sociais não poderiam ser pensadas a sério sem sua presença."

Castells (2002, p. 43) complementa: "É claro que a tecnologia não determina a sociedade. Nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica, uma vez que muitos fatores, inclusive criatividade e iniciativa empreendedora, intervêm no processo da descoberta científica, inovação tecnológica e aplicações sociais, de forma que o resultado final depende de um complexo padrão interativo. Na verdade, o dilema do determinismo tecnológico é, provavelmente, um problema infundado, dado que a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas."

Além da tecnologia, tanto a informação quanto o conhecimento e a comunicação integram a era da chamada Sociedade da Informação. Esta sociedade tem o enfoque, principalmente, na possibilidade de conectividade, de compartilhamento, de processamento, armazenamento e transmissão das inúmeras informações. "... não só as informações se tornaram entrelaçadas como o próprio entrelaçamento gera conhecimento" (Weinberger, 2007, p. 125).

Nas palavras de Herbert Marshall McLuhan em 1968, hoje a humanidade vive uma verdadeira "aldeia global", onde tendências, opiniões, críticas, entre outros, são compartilhados igualmente. Contudo, ao mesmo tempo em que esta aldeia integra – que diminui distâncias em razão do uso da internet, computadores pessoais, ciberespaço, celulares, entre outros e da aplicação das Tecnologias da Informação e da Comunicação é também excludente. Basta pensarmos na exclusão digital, em que ainda, muitas pessoas não possuem acesso, por exemplo, à internet.

A Sociedade da Informação está cercada pela convergência, pelo digital e comunidades. Surge, portanto, a partir da expansão das redes digitais, o ciberespaço, termo cunhado por Lévy (2007, p. 17), que significa: "(que também chamarei de "rede") é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não somente 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 esse universo."

Assim, o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação implicam em uma nova cultura, um novo sistema de valores, de símbolos, de práticas, de atitudes, de compartilhamento, de criação coletiva, de convergência, ou, a cibercultura, também definida por Lévy (2007, p. 17) como sendo "... 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." Sem dúvida alguma, o nosso mundo é cercado pelas telas do computador, da televisão, dos games, dos celulares (Lipovetsky; Serroy, 2009), sendo estas de todos os tamanhos, públicas, privadas, abertas, pagas e das imagens, em todos os lugares.

"Tudo se torna visualizado", nos diz Sartori (2001, p. 08) e, da mesma forma, temos a capacidade de ver à distância. Assim acontece com a televisão, que nos oferece, de fato, a possibilidade de ver tudo sem a necessidade de irmos ao encontro das imagens de coisas reais. A televisão – como diz o próprio nome – consiste em "ver de longe" (tele), e portanto, levar à presença de um público de espectadores coisas para ver, quer dizer, visualmente transmitidas de qualquer parte, de qualquer lugar e distância. E na televisão o fato de ver predomina sobre o falar, no sentido que a voz ao vivo, ou de um locutor, é

secundária, pois está em função da imagem e comenta a imagem (Sartori, 2000, p. 15).

A trajetória da televisão brasileira salienta que é o meio de comunicação mais importante devido a sua ampla cobertura e penetração em todas as camadas da população, além de ser uma fonte de informação e de participação na difusão da cultura e formação e reformulação da sociedade (Montresol; Souza, 2009, p. 01), conforme corrobora Lopes (2004, p. 133): *"Está na TV o principal referencial cultural de milhões de pessoas. A exclusão de outras possibilidades e a diminuição de acesso às ações culturais tradicionais ou à vivência social em torno da TV são fatos insofismáveis, os quais atravessam o tecido social criando um novo paradigma de autor reconhecimento e de identificação. A TV é, sem dúvida, o principal veículo formador dos mais recentes contratos de comunicação que conhecemos em nossa época."*

Contudo, após quase 60 anos de televisão analógica, hoje, graças à digitalização – que consiste no processo de conversão, transmissão e armazenamento de dados (*imagem, texto, som*) analógico em formato digital, através dos recursos da informática – chegamos à televisão digital, a qual está sendo implantada em nível nacional desde dezembro de 2007. Bolaño; Brittos (2007, p. 25) elucidam que a *"... televisão digital apresenta-se como uma plataforma tecnológica capaz de realizar a convergência de inúmeros serviços de comunicações"*. Megrich (2009, p. 25-26) afirma que: *"torna-se possível enxergar um leque de possibilidades presentes nos fundamentos da televisão digital que extrapola de longe quaisquer vislumbres de aproveitamento quando da consideração da TV analógica e de seus (parcos) recursos e potencialidades."*

O Brasil, justamente por possuir a televisão analógica em 92,6% dos lares, segundo dados do Grupo de Mídia São Paulo (2008, p. 189), disponibiliza o sistema digital terrestre de forma gratuita. O artigo 4º do Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006, que dispõe sobre a implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T), é muito claro e pertinente ao inferir que: *"Art. 4º O acesso ao SBTVD-T será assegurado, ao público em geral, de forma livre e gratuita, a fim de garantir o adequado cumprimento das condições de exploração objeto das outorgas"* (Brasil, 2006).

Conforme o artigo 6º do mesmo Decreto: Art. 6º O SBTVD-T possibilitará:

- I - transmissão digital em alta definição (HDTV) e em definição padrão (SDTV);*
- II - transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil; e*
- III – interatividade (Brasil, 2006).*

A interatividade é, ainda, cenário de muitos estudos e discussões entre academia, indústria, emissoras e este estudo, portanto, ficará a cargo da portabilidade e da mobilidade propostas pela TV digital. Assim sendo, a portabilidade permite *"a recepção em equipamentos portáteis em qualquer localidade, utilizando-se de celulares, televisores de mão ou computadores equipados com receptor de TV ... estando parado ou em movimento"* (DTV, 2009). Para Marques; Leite (2009, p. 630): *"a portabilidade – componente de hardware ou software que os tornam capazes de ser utilizados em diferentes tipos de computadores, e eventualmente mediante pequenas modificações, possibilita carregar, acessar e se comunicar em diferentes plataformas, como ocorre com os games eletrônicos e aparelhos que funcionam com tecnologia wireless ou mesmo com a TV aberta, com sinal digital."*

Já a mobilidade é o conceito que capta os sinais de TV em dispositivos: celulares e mini televisão, em movimento, dentro de ônibus, de trens, de carros, entre outros (DTV, 2009). A mobilidade é entendida por Ferraz (2009, p. 25) como: *"A capacidade de recepção em aparelhos móveis ou portáteis (ex., celulares) implica em outra forma diferenciada de assistir televisão. A recepção de TV em movimento, mesmo em altas velocidades, como em automóveis, ônibus, trens etc., diferencia-se pela qualidade, isto é, imagens estáveis tanto em aparelhos de pequeno porte, como celulares, quanto em aparelhos instalados em meios de transporte a alta velocidade (ex., 200 km/h) – sabe-se que a recepção em movimento na TV analógica piora gradativamente ao passo em que as velocidades aumentam."*

Além desta melhoria da qualidade da imagem, a mobilidade da televisão digital terrestre brasileira tem

a possibilidade de ser personalizada, isto é: "Unindo-se o conteúdo audiovisual de qualidade, a mobilidade e a interatividade, é possível imaginar cenários de personalização em que cada usuário pode receber conteúdo orientado a localizações específicas, adaptado a suas preferências pessoais etc. Além disso, uma vantagem da TV móvel é que já se tem, desde o início, pelo menos um canal de interatividade possível, como, por exemplo, o canal de telefonia celular. Enfim, a TV digital móvel tem sido vista como uma grande oportunidade de novos negócios, tanto para emissoras quanto para operadoras de telefonia móvel" (Ferraz, 2009, p. 25).

Assim, com a chegada da televisão digital, é possível que tenhamos novas formas de sociabilidade, pois poderá ser levada e assistida em qualquer lugar, em decorrência dos seus recursos de portabilidade e mobilidade. Tanto a portabilidade quanto a mobilidade da televisão digital brasileira podem permitir a construção de laços sociais, ou, em um conceito mais amplo, a hospitalidade social nos espaços públicos. Por hospitalidade entende-se que "é o ritual básico do vínculo humano" (Camargo, 2004, p. 16), ou seja, desempenha a função primordial de estabelecer relacionamentos ou promover um relacionamento já estabelecido.

A partir dos estudos mais específicos das escolas francesa, americana e brasileira, a hospitalidade possui quatro vertentes, também chamados de domínios: privada (*doméstica*), social (*pública*), comercial (*profissional*) e a virtual. Desta forma, a hospitalidade no domínio social (*enfoque deste trabalho*) se relaciona com as particularidades do contexto social estudado, em especial nos espaços públicos. Neste domínio, a satisfação, o prazer, o vínculo são obtidos simplesmente pelo fato de estar com o outro. Aqui também implica a necessidade de fornecer acessibilidade e legibilidade ao outro, para que este se sinta integrado, sendo que a hospitalidade social acontece "em decorrência do direito de ir-e-vir e, em consequência, de ser atendido em suas expectativas de interação humana", conforme aponta Camargo (2004, p. 54).

Lashley (2004, p. 12) contribui com este raciocínio ao escrever que: "Ao exprimir-se socialmente em espaços públicos, os indivíduos revelam tanto sua ligação com a sociedade quanto sua cultura e compreensão relativamente às normas comuns Além disso, as atividades de hospitalidade ajudam no desenvolvimento de laços sociais com terceiros e na satisfação subsequente das necessidades especiais."

Em que pese a relação entre TV e hospitalidade social, Wolton (1996) aborda que a televisão (*e consequentemente a televisão digital*) constitui-se um laço social quando o espectador assiste a um programa e sabe que outra pessoa o assiste também, simultaneamente. "A televisão digital, portanto, potencializa a "humanização de espaços de trânsito como estações de trem, aeroportos, hotéis, cafés, centros comerciais, parques, praças públicas e todos os outros territórios onde todos os dias se cruzam, na riqueza de sua diversidade e pluralidade, os destinos individuais" (Baptista, 2002, p. 162). Nestas considerações, a televisão digital e as ferramentas de portabilidade e mobilidade contribuem para tornarem os espaços públicos em lugares de reconhecimento, de possibilidades de encontro, de proximidade com o outro, enfim, de hospitalidade social.

Considerações finais

A implantação da televisão digital em esfera nacional representa não só um progresso em termos de tecnologia, como também permite uma comunidade mais comunicativa, com o receptor da mensagem mais ativo, participativo e interativo inclusive na construção de laços de hospitalidade. Os avanços da comunicação humana foram e são necessários, pois modificam constantemente a vida de um indivíduo. Thompson (1998, p. 77) aborda que: "O desenvolvimento de novos meios de comunicação não consiste simplesmente na instituição de novas redes de transmissão de informação entre indivíduos cujas relações sociais básicas permanecem intactas. Mais que isso, o desenvolvimento dos meios de comunicação cria novas formas de ação e de interação e novos tipos de relações sociais – formas que são bastante diferentes das que tinham prevalecido durante a maior parte da história humana."

Os usuários dos meios de comunicação e, consequentemente da televisão digital devem interagir com a tecnologia ofertada, na procura de criar um sentido em sua utilização. Mesmo com o avanço da tecnologia, a televisão analógica e agora a digital permitem criar o vínculo, o laço social, a sociabilidade, a hospitalidade social entre os seus espectadores e destes, com suas comunidades.

Referências Bibliográficas

.BAPTISTA, I. Lugares de hospitalidade. In: DIAS, C. M. M. (Org.). Hospitalidade: reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, 2002. p. 157-164.

BOLAÑO, C. R. S.; BRITTOS, V. C. A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007.

BRASIL. Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão, e dá outras providências. 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm>. Acesso em: 16 fev. 2010.

CAMARGO, L. O. L. Hospitalidade. São Paulo: Aleph, 2004.

CASTELLS, M. A sociedade em rede: A era da Informação: economia, sociedade e cultura. 6. ed. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

DTV. Glossário da TV digital: TV móvel. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br/index.php/entenda-a-tv-digital/glossario-da-tv-digital/>>. Acesso em: 16 fev. 2010.

_____. Glossário da TV digital: TV portátil. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br/index.php/entenda-a-tv-digital/glossario-da-tv-digital/>>. Acesso em: 16 fev. 2010.

FERRAZ, C. Análise e perspectivas da interatividade na TV digital. In: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Orgs.). Televisão digital: desafios para a comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 15-43.

GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. Mídia dados 2008: anuário de Mídia do Grupo de Mídia São Paulo. São Paulo: Porto Palavra Editores Associados, 2008.

LASHLEY, C. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Orgs.). Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole, 2004. p. 01-24.

LÉVY, P. Cibercultura. 6. ed. São Paulo: Ed. 34, 2007.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LOPES, L. C. O culto às mídias: interpretação, cultura e contratos. São Carlos: EdUFSCar, 2004.

MARQUES, J. A.; LEITE, E. TV Digital: mobilidade democrática ou impositiva?. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE TELEVISÃO DIGITAL, I., 2009. Anais do... Bauru: SIMTVD, 2009. p. 629-649. Disponível em: <[http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simtv/analises/MARQUES; LEITE - TV Digital mobilidade democrática ou impositiva \(629-649\).pdf](http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simtv/analises/MARQUES; LEITE - TV Digital mobilidade democrática ou impositiva (629-649).pdf)>. Acesso em: 16 fev. 2010.

MEGRICH, A. Televisão digital: princípios e técnicas. São Paulo: Érica, 2009.

MONTRESOL, E. C. R.; SOUZA, T. M. M. M. Publicidade interativa na televisão digital. In: FÓRUM CIENTÍFICO FEMA, II., 2009. Anais do... Assis: FEMA, 2009.

SARTORI, G. Homo videns: televisão e pós-pensamento. Bauru: EDUSC, 2001.

SOUZA, T. M. M. M.; GOBBI, M. C. Televisão digital e hospitalidade: reflexões iniciais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXII., 2009. Anais do... Curitiba: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2431-1.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2010.

THOMPSON, J. B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

WEINBERGER, D. A nova desordem digital. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

WOLTON, D. Elogio do grande público: uma teoria crítica da TV. São Paulo: Ática, 1996.

Sobre o autor / About the Author

Thalita Maria Mancoso Mantovani e Souza

thalimmm@hotmail.com

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital, Informação e Conhecimento da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP . Especialista em Planejamento e Gestão da Hospitalidade em Turismo.

Maria Cristina Gobbi

mcgobbi@terra.com.br

Pós-Doutora em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo (PROLAM/USP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital, Informação e Conhecimento da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP .