

## **Análise entre Parênteses de Gutenberg e a convergência televisiva na perspectiva da identificação do usuário**

*Analysis between Gutenberg Parenthesis and television convergence from the perspective of user identification*

TRIGO, Luis Nicolás de Amorim. Mestre em Ciência da Computação

Instituto Federal do Sertão Pernambucano - Campus Petrolina. Rua Maria Luzia de Araújo Gomes Cabral, 791, João de Deus - Petrolina - Pernambuco - Brasil. CEP: 56.316-686 / Telefone: (87) 2101.4300 / E-mail: [nicolas.trigo@ifsertao-pe.edu.br](mailto:nicolas.trigo@ifsertao-pe.edu.br) - <https://orcid.org/0000-0002-0886-3340>

### **RESUMO**

A tese denominada *Before the Gutenberg Parenthesis: Elizabethan-American Compatibilities* relata a revolução digital que iniciou com a impressão de Gutenberg e vem convergindo após o surgimento da World Wide Web. As mídias, como os computadores pessoais, vivem seu momento de “Parêntese de Gutenberg”, passando por uma convergência junto a televisão convencional, surgindo a Televisão Interativa, em se tratando de identificação e personalização dos usuários. O objetivo deste trabalho é apresentar uma comparação entre a realidade da convergência televisiva no que tange a identificação do telespectador e a realidade aplicada ao conceito do Parêntese de Gutenberg. A metodologia deste trabalho, além da pesquisa bibliográfica através de trabalhos relacionados, consiste na busca por elementos norteadores que venham apresentar uma proposta de convergência das mídias relacionadas ao cenário de identificação de usuários de Televisão Interativa.

Palavras-chave: Parêntese de Gutenberg, TV Interativa, Identificação, Convergência das mídias

### **ABSTRACT**

The thesis “*Before the Gutenberg Parenthesis: Elizabethan-American Compatibilities*” recounts the digital revolution that started with Gutenberg printing and has been converging after the emergence of the World Wide Web. The media, such as personal computers, are experiencing their moment of “Gutenberg’s Parenthesis”, passing through a convergence with conventional TV, with the emergence of Interactive TV, when it comes to the identification and personalization of users. The objective of this work is to present a comparison between the reality of television convergence regarding the identification of the viewer and the reality applied to the concept of Gutenberg’s Parenthesis. The methodology of this work, in addition to the bibliographic research through related works, consists of the search for guiding elements that will present a proposal of convergence of the media related to the scenario of identification of users of Interactive TV.

keywords: Gutenberg Parenthesis, Interactive TV, Identification, Media Convergence



## Introdução

A tese denominada *Before the Gutenberg Parenthesis: Elizabethan-American Compatibilities*, formulada pelo Professor Thomas Pettitt, da Universidade do Sul da Dinamarca, relata a revolução digital, que é considerada um momento que deu início com a impressão de Gutenberg e vem se encerrando após o surgimento da World Wide Web (Moreno, 2015).

Semelhante a esta revolução, outras mídias também passam por esta transição, como é o caso dos computadores pessoais, que vivem seu momento de “Parêntese de Gutenberg”, passando por um processo de convergência junto às velhas mídias, como a televisão convencional, surgindo novas mídias, como a televisão Interativa. O objetivo deste trabalho é realizar uma análise comparativa entre a realidade da convergência televisiva no que tange a identificação do telespectador como usuário da televisão interativa e a realidade aplicada ao conceito do Parêntese de Gutenberg.

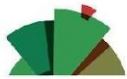
A motivação buscada neste estudo consista na contribuição conceitual das relações das temáticas envolvidas, mesmo envolvendo de forma direta a comunicação entre mídias, existe uma relação complexa entre as mídias discutidas na tese envolvendo o Parêntese de Gutenberg e as mídias envolvidas com a televisão convencional e interativa.

## Revisão da Literatura

Esta seção apresenta trabalhos relacionados aos conceitos encontrados dentro da problemática indica neste estudo, promovendo a construção de diversos pesquisadores, sendo alguns visivelmente próximos ao contexto do objeto estudado, sendo outros inicialmente distantes da temática, mas, ao envolver os conceitos indicados abaixo, trazem uma aproximação ao caminho buscado dos resultados.

## Convergência das Mídias

“Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o



poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (Jenkins, 2009, 351).

Convergência significa: “tendência de várias coisas para se fixarem num ponto ou se identificarem”. Já a mídia corresponde a: “suporte de difusão de informação (rádio, televisão, imprensa, [...]) que constitui ao mesmo tempo um meio de expressão e um intermediário na transmissão de uma mensagem”. Também é: “um conjunto dos meios de comunicação social” (Priberam, 2013). A partir disso, a convergência das mídias consiste na integração dos meios de comunicação que tendem a se unir em um mesmo propósito para se ter acesso à informação.

A convergência consiste na força aplicada para a unificação das mídias, mesmo não tendo um perfeito equilíbrio. Ela vem mudando o comportamento das pessoas com as mídias, não só alterando a forma de consumir os conteúdos e serviços produzidos neste meio, mas também a necessidade de produzir. Este processo vem ocorrendo com a atitude das pessoas em assumir o controle das mídias.

A convergência representa uma mudança no modo como as pessoas encaram as relações com as mídias, sabendo que obtiveram espaço para participar desta nova cultura através das novas tecnologias. Se os antigos consumidores eram passivos, hoje eles são ativos, integrados socialmente e de grande expressividade pública (Jenkins, 2009).

### **Parêntese de Gutenberg**

Pettitt (2007) disse que no período medieval as comunicações destacavam-se pela exposição oral do homem, ou seja, a difusão da informação era feita diretamente entre o emissor e o receptor. A criação e a generalização da impressão de Gutenberg alteraram o paradigma anterior e tornou um repositório de conhecimento, como é o livro, no principal artefato cultural dos últimos séculos. Moreno (2015) relata, como exemplo da exposição oral, que na Idade Média, os viajantes transmitiam notícias de lugares distantes nas hospedarias e nas praças públicas.

Pettitt (2007) define o Parêntese de Gutenberg como um espaço no qual todos os produtos culturais estão sendo desenvolvidos de forma original e autônoma. Um parêntese envolve o antes, o durante e o depois, com o entendimento de que o que



vem antes e o que vem depois têm mais em comum uns com os outros do que o que vem no meio, já que um parêntese interrompe uma frase explicando um rumo, e depois continua de onde parou. Pettitt comparou essa estrutura gramatical com a situação atual, avançando para o futuro a partir do passado.

Com o advento da Internet, a comunicação escrita vem sendo sobreposta pela comunicação oral. As informações e os meios de comunicação tendem a ser abertos, como eram antes do período de Gutenberg. Pettitt (2007) citado por Moreno (2015), destaca que é permitido prever o futuro, já que se não mencionar o referido Parêntese de Gutenberg, ficará visível a continuidade da história, da idade média até a era digital, por meio da comunicação oral.

Para Pettitt (2007), a diferença entre o mundo dentro dos parênteses e o mundo exterior significa a composição do trabalho e o desempenho do trabalho, respectivamente.

Portanto, dentro do centro dos parênteses há o momento da composição que é a elaboração. Já do lado de fora dos parênteses, encontra-se o desempenho, que consiste na execução do fazer, do realizar. Apesar de demonstrar ser um assunto pouco difundido, existem trabalhos relacionados que abordam a temática em conjunto com áreas variadas como os trabalhos de Sauerberg (2009), Garber (2010), Kenny (2011), Sligo (2015).

### **Identificação dos Telespectadores de Televisão Interativa**

A televisão é um dos exemplos de uma descoberta marcante influenciadora de diversas áreas, principalmente a Comunicação. Ela é vista, por muitos, como um meio que abriu caminho à construção de opinião e de conhecimento pelas pessoas (Abreu; Branco, 1998). O mercado televisivo tem semelhanças com os outros meios de comunicação, inclusive a Internet, de onde utiliza a infraestrutura para a difusão de conteúdo (Silva; Abreu; Pacheco, 2013).

Além da qualidade audiovisual, a Televisão Interativa proporciona a interatividade. Esta interatividade faz com que um telespectador deixa de ser um usuário passivo para ser um usuário ativo, fornecendo informações para aplicações de Televisão Interativa com o intuito de obterem retorno.



Estas aplicações podem ser: compras on-line, marcação de consulta médica, solicitação de resultados de exames, Internet Banking, entre outros. Elas exigem a prestação de informações pessoais, levando a necessidade de personalização (Zolezi et al., 2012).

Lucas e Zorzo (2009) citam que os telespectadores desejam que a televisão seja capaz de identificá-los e fornecer recursos personalizados e aplicações úteis, fazendo com que o serviço de personalização se torna uma temática a ser explorada.

## **Material e métodos**

A proposta deste tema surgiu a partir da reportagem “O Parêntese de Gutenberg”, publicada na revista *Superinteressante* de novembro de 2015. Esta reportagem é baseada na tese “Before the Gutenberg Parenthesis: Elizabethan-American Compatibilities”, apresentada na Conferência *Media in Transition 5: creativity, ownership and collaboration in the digital age*, entre 27 e 29 de abril de 2007, do MIT Communications Forum. Nesta reportagem ficou nítida a apresentação da convergência de mídia, principalmente em relação à era de domínio da mídia impressa.

Este trabalho consiste em uma pesquisa básica pura, destinada para ampliação de conhecimento, sem se preocupar com seus possíveis benefícios; em uma pesquisa descritiva, tendo a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis; e, por fim, a modalidade de pesquisa empregada foi a pesquisa bibliográfica. Por meio de trabalhos relacionados, foi realizada a busca por elementos norteadores que apresentam uma proposta de convergência das mídias relacionadas ao cenário de identificação de usuários de TV Interativa.

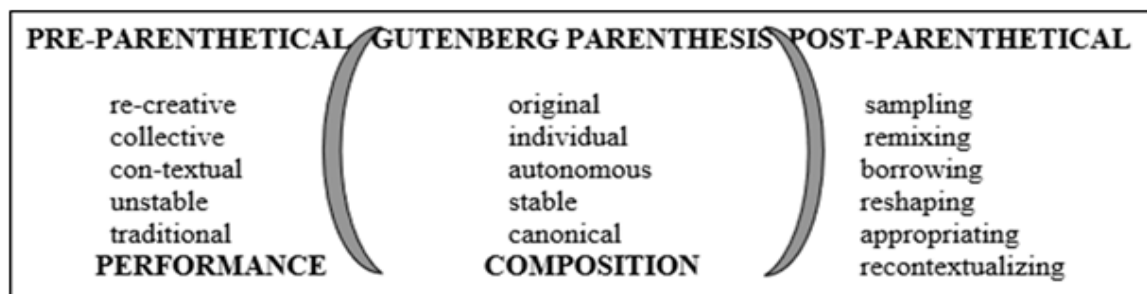
O conceito *Convergência das Mídias*, foi utilizado trabalhos de autores que contém contribuições com a área. Já o conceito *Parêntese de Gutenberg*, apresentado em uma tese datada de 2007, os textos de trabalhos relacionados foram consultados a partir deste ano, utilizando os descritores “Parêntese de Gutenberg” e “Gutenberg Parenthesis”, tendo a fonte o Google Acadêmico. Por fim, o conceito *Identificação dos telespectadores de televisão interativa* foi utilizado por meio de buscas realizadas em trabalhos anteriores deste autor.

## Resultados e discussão

Em Pettitt (2007) foram identificados os períodos que norteiam a sua proposta e as características de cada período. Os períodos são: Período Pré-Parentético, Parênteses de Gutenberg e Pós-Parentético. Cada período contém características que estão na Figura 1.

A atenção de Pettitt (2007) no período da impressão identificada como “O Parêntese de Gutenberg” aponta que os limites do “Parêntese de Gutenberg”, representado pelos parênteses, devem representar mudanças complexas e progressivas. Existe a preocupação de desprezar a interação de escrita e impressão e a aplicação de dois produtos, durante o “Parêntese de Gutenberg” da era impressa (HEARING, 2015).

Figura 1 - Características dos períodos de antes, durante e depois de Gutenberg



Fonte: (PETTITT, 2007).

### Período Pré-Parentético da Televisão

Segundo Adams (2001) citado por Médola e Teixeira (2006), a televisão convencional é uma plataforma de comunicação centralizadora unilateral, composta por uma programação linear, utilizada por telespectadores passivos, apenas recebendo conteúdo para fins de entretenimento.

Segundo Serra (2015), durante a sua infância, a televisão estava reservada para os adultos que frequentavam os cafés de sua aldeia. Os donos de cafés permitiam os miúdos a assistirem a televisão por uma janela aberta, proporcionando a coletividade no uso da televisão.



O período Pré-Parentético proposto está relacionado à televisão convencional, que é composto por características que envolve o uso da coletividade, sem as particularidades dos usuários.

### **Parênteses da Televisão**

Desde os anos 80, os Sistemas Operacionais (S.O.), juntamente com a Internet nos anos 90, contribuíram para a expansão das Tecnologias da Informação e Comunicação. Os S.O. correspondem a primeira camada de software e que tornou os computadores mais acessíveis e de uso imediato. Grandes empresas de tecnologia, como Apple e Microsoft, foram pioneiras nesta área, introduzindo o MacOs e o Windows, respectivamente (Rocio, 2010).

O sistema operacional gerencia os demais softwares e interliga-os com o hardware. Os Sistemas operacionais são classificados como: monusuário, suporta apenas um usuário; e multiusuário, suporta vários usuários, promovendo a separação efetiva dos dados e dos serviços de vários usuários. Os computadores pessoais, contendo S.O. multiusuário, foram projetados para dar permissão de personalização aos seus usuários (Rocio, 2010). Neste cenário, foi desenvolvido uma proposta de personalização de serviços e de conteúdo, como softwares e informações por determinados usuários, sendo que cada um tem permissão de acesso, exigindo a sua identificação.

No período dos Parênteses, por meio de mídias como os computadores pessoais, é considerado o conceito de interação, sendo original, individualizado, livre na escolha da forma de acesso, permitindo a personalização.

### **Período Pós-Parentético da Televisão**

Comparada com a TV convencional, a TV Interativa é um meio de comunicação de massa entendida como um sistema híbrido, transmitindo conteúdo para uma grande audiência e, também, como sistema interativo, por meio de um canal digital de comunicação recíproca via internet de muitos para um, de muitos para muitos e de um para um (Giglio, 2014).



No período Pós-Parentético, relacionado à TV Interativa, há o resgate dos principais conceitos da TV convencional, como a coletividade, mas fazendo uso da interação e da personalização que veio do período dos Parênteses. Esta convergência colheu as seguintes ações: transformar o telespectador de passivo em ativo; trazer a responsabilidade do conteúdo para o telespectador e não mais para o emissor; transformar a programação de linear em participativa; proporcionar serviços, comunicação de integração social e de educação, além do tradicional entretenimento. A interatividade, junto com esta gama de ações, leva à necessidade de que haja identificação dos telespectadores, levando a personalização (Amaral et al., 2010).

Segundo Machado (2011) citado por Serra (2015, 31), “não se trata de fim no sentido de morte absoluta, mas de uma profunda transformação dos conceitos de televisão [...], dos seus modos de distribuição, dos modos de relacionamento do recetor com esses meios”, ou seja, transformação construída durante o período dos parênteses, levando a execução no período Pós-Parentético.

No Quadro 1 é apresentado uma síntese dos princípios dos Parênteses de Gutenberg aplicados à realidade da personalização dos serviços de TV Interativa.

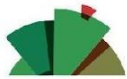
**Quadro 1** - Quadro comparativo dos períodos de Gutenberg e da Televisão

PERÍODOS	PRÉ-PARENTÉTICO	PARÊNTESES	PÓS-PARENTÉTICO
<b>Gutenberg</b>	Comunicação Oral.	Comunicação Impressa.	Comunicação Digital.
	Propagação da informação um-para-muitos.	Propagação da informação muitos-para-muitos.	Propagação da informação muitos-para-muitos.
<b>Televisão</b>	Televisão Convencional.	Mídias, como computadores pessoais.	Novas Mídias, como TV Interativa.
	Entretenimento.	Serviços e entretenimento.	Serviços e entretenimento.
	Sem personalização.	Com personalização.	Com personalização.

Fonte: Pesquisa direta.

Pettitt (2007) relata que é possível que o parêntese de Gutenberg não tenha sido o primeiro de seu tipo, apesar de haver uma associação com uma tecnologia específica. Há indicações do classicismo greco-romano, cultura judaica, textos talmúdicos e outros textos. Assim, fica claro que não é algo incomum este conceito





de parênteses, demonstrando uma mudança de perspectiva do que está dentro dos parênteses e do que está do lado de fora.

## Conclusões

“A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final” (Jenkins, 2009, 43).

Segundo McLuhan (1974), os meios determinam, ao longo da história, o modo como o indivíduo e a sociedade sentem, pensam e vivem, levando a moldar a natureza da civilização.

Baseado em Jenkins (2009) e em McLuhan (1974), neste trabalho são apresentados os meios de comunicação que influenciam o homem, como indivíduo e sociedade, independente de quem, do que e de quando. As afirmações acima, levam a confirmar as propostas da tese de Pettitt (2007) e deste trabalho, mesmo tendo décadas de diferença entre elas.

A televisão convencional, como velha mídia, convergindo com computadores pessoais, proporcionou o surgimento de novas mídias, como a Televisão Interativa, que consiste na integração da televisão, como transmissora de conteúdo audiovisual, com os serviços baseados em aplicações de computadores pessoais. Como estes, a elevada quantidade e variedade de conteúdo e de serviços para TV Interativa exige a necessidade de identificação de seus usuários para que possam preservar as suas preferências, para isso é necessário a personalização.

Como foi dito anteriormente, a personalização preserva as preferências dos usuários e é apresentada nos vários exemplos de sistema de recomendação, como Gatto e Zorzo (2009), Hsu et al. (2007), Yu et al. (2006), Zhang et al. (2005), que leva a uma questão discutida por Schwartz (2007) citado por Lima e Santos (2010), que trata do “paradoxo da escolha”, onde a maior diversidade de opções, tende a não ter uma opção bem-sucedida, tornando os equívocos mais prováveis. Haynes (2009) citado Lima e Santos (2010) também relaciona as experiências menos gratificantes das pessoas quando o número de alternativas aumenta. Com isto,



percebe-se que sistema de recomendação em Televisão Interativa, relacionado com identificação dos usuários, leva a selecionar opções mais apropriadas às preferências e aos interesses, ao contrário do maior número de informações e serviços que uma televisão sem identificação proporciona aos usuários atualmente, sem relacionar aos seus interesses, podendo escolher opções menos adequadas.

O período dos computadores pessoais com sistemas operacionais multiusuário é tido como um momento de preparação para o processo de personalização de serviços, sendo propostos e levados a execução no período da Televisão Interativa, relacionando com os momentos de composição no período do Parênteses de Gutenberg e de desempenho dos períodos Pré-parentético e Pós-parentético do Parênteses de Gutenberg, respectivamente.

O período de transição tanto de fora para dentro quanto de dentro para fora dos parênteses é bastante complexo e de mudanças graduais, conforme foi citado em Hearing (2015), mas o período pós-parentético ficou bastante nítido com o surgimento das inúmeras plataformas de streaming de vídeo voltados para o entretenimento.

## Referências

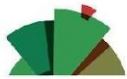
ABREU, J. T. F. de; BRANCO, V. A. da S. **Os rumos e as faces da Televisão Interactiva**. ALVES, José A.; CAMPOS, P.; BRITO, P. Q. (1999). *O Futuro da Internet- Estado da Arte e Tendências de Evolução*, Lisboa: Centro Atlântico (1999): 105-115.

AMARAL, R.; AMARAL, R. D.; LAPOLLI, M.; SPANHOL, F. J.; SPANHOL, G. K. **Interatividade: Valor Agregado nas Transmissões Convencionais**. In: Congresso da SET e Broadcast & Cable 2009, 2009, São Paulo. Congresso da SET e Broadcast & Cable 2009, 2009.

GARBER, M. **The Gutenberg Parenthesis: Thomas Pettitt on parallels between the pre-print era and our own Internet age**. Nieman Lab. 2010.

GATTO, E.; ZORZO, S. **Sistema de Recomendação para TV Digital Portátil Interativa Brasileira**. 8th International Information and Telecommunication Technologies Symposium. Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. 2009.

GIGLIO, K. **Ambiente de Conhecimento da Marca centrada em televisão interativa: convergência digital para um novo modelo de comunicação**. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento), Universidade Federal de Santa Catarina, 2014.



HEARING, T. **The Documentary imagination: an investigation into the performative application of documentary film in scholarship.** Doctoral dissertation. Bournemouth University, 2015.

HSU, S. H., WEN, M. H., LIN, H. C., LEE, C. C. and LEE, C. H. **AIMED-A personalized TV recommendation system.** European conference on interactive television. Springer, Berlin, Heidelberg, 2007.

JENKINS, H. (2009). **Cultura da convergência.** 2. ed. Aleph. São Paulo.

KENNY, R. F. **Beyond the Gutenberg Parenthesis: Exploring New Paradigms in Media and Learning.** Journal of Media Literacy Education 3.1. 2011.

LIMA, V. C. **Paradoxo da Escolha: o Impacto do Número de Opções na Satisfação de Maximizadores e Satisficers.** Recuperado de <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/mkt211.pdf>.

LUCAS, A. S.; ZORZO, S. D. **Personalização para Televisão Digital utilizando a estratégia de Sistema de Recomendação para ambientes multiusuário.** In: 27o Simpósio Brasileiro de Redes de Computadores e Sistemas Distribuídos. Anais. Recife, Brasil: [s.n.]. 2009.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** 5. ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

MÉDOLA, A. S. L. D.; DE PAIVA TEIXEIRA, L. H. **Aspectos da TV Digital interativa: como pode ficar a nova televisão do ponto de vista do usuário.** Trabalho apresentado no “FÓRUM DA DIVERSIDADE E IGUALDADE: Cultura, Educação e Mídia”. Bauru: Unesp, 2006.

MORENO, J. **O Parêntese de Gutenberg - Sociedade Digital.** Superinteressante. Cruz Quebrada-Dafundo, n. 211, pp. 20-21, nov. 2015.

PETTITT, T. **Before the Gutenberg Parenthesis: elizabethan-American compatibilities.** Plenary session at MIT 5. 2007.

PRIBERAM - **Dicionário da Língua Portuguesa** (2013). Recuperado de <http://dicionario.priberam.pt/>.

ROCIO, V. (2010). **Tecnologias da comunicação e informação.** Repositório Aberto. Universidade Aberta. Lisboa. (p.32). Recuperado de <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/1586>.

SAUERBERG, L. O. **The encyclopedia and the Gutenberg Parenthesis.** Media in Transition 6.2. 2009.

SERRA, P. **A televisão e a ubiquidade como experiência.** A Televisão Ubíqua. Livros LabCom, 2015. (p. 25-38).

SILVA, T. E. M. C. da; ABREU, J. T. F. de; PACHECO, O. **Identificação de utilizadores: a chave para a personalização de aplicações de TV interativa para seniores?**



Estudos Em Comunicação, (14), 2013. p 137-156.  
<https://doi.org/http://www.ec.ubi.pt/ec/14/pdf/EC14-2013Dez-07.pdf>.

SLIGO, F. Rethinking oral and literate identities in tertiary study at the closing of the Gutenberg Parenthesis. *Communication Research and Practice* 1.4 (2015): 362-374.

YU, Z., ZHOU, X., HAO, Y.; GU, J. **TV program recommendation for multiple viewers based on user profile merging**. User modeling and user-adapted interaction. *User Model. User-adapt. Interact.*, vol. 16, no. 1, pp. 63-82, 2006.

ZOLEZI, R. H. M.; CAVENAGHI, M. A.; LOBATO, R. S.; SPOLON, R.; AZEVEDO, M. L.; ALBINO, J. P. **Identificação de Usuário em Aplicativos Interativos para a TVDi**. Temática, 2012.

ZHANG, H.; ZHENG, S. Yuan J. **A personalized TV guide system compliant with MHP**. *IEEE Transactions on Consumer Electronics*, vol. 51, n. 2, pp. 731-737, 2005.