

O PROCESSO DE CONVERGÊNCIA DIGITAL E O DESAFIO DA TV PÚBLICA

Ricardo Bedendo*
Diego Vilela Miranda**
Gênica Cristina Silva Alexandre***
Tháise Amorim Alves***

RESUMO

Este artigo foi construído a partir da pesquisa de iniciação científica com alunos do curso de Comunicação Social do CES/JF. Tal investigação busca analisar o processo de formação, desenvolvimento e reformulação da televisão, especialmente no contexto brasileiro, até os dias atuais, face à digitalização do nosso sistema televisivo. Objetiva-se, também, mais especificamente, avaliar a trajetória do processo de implantação da TV digital no Brasil e analisar sobre quais bases constituem um projeto de TV pública especialmente diante da digitalização de todo o processo televisivo. Além disso, demonstra-se preocupação com a administração das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) novamente nas mãos de poderosos conglomerados de mídia. Questionamos se nossa televisão digital pública, como propõe o governo, irá conseguir considerar os aspectos de independência, conteúdo e sustentabilidade, atuando econômica e politicamente desvinculadas daqueles que pagam suas contas.

Palavras-chave: Televisão. Digitalização. Comunicação. Convergência. TV pública.

ABSTRACT

This article was built from the inquiry of scientific initiation with students of the course of Social Communication of the CES/JF. Such an investigation looks to analyse the process of formation, development and reformulation of the television, specially in the Brazilian context, up to the current days, face to the digitalization of our television system. It is aimed more specifically, to value the trajectory of the

* Professor do curso de Comunicação Social do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora. Mestre em Sociologia pela Universidade Federal de Juiz de Fora.

** Aluno do curso de Comunicação Social do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora e bolsista do Programa de Iniciação Científica da mesma instituição.

*** Alunas do curso de Comunicação Social do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora e voluntárias do Programa de Iniciação Científica da mesma instituição.

process of introduction of the digital TV in Brazil and to analyse what are the bases that constitute a project of public TV specially before the digitalization of the whole television process. Besides, we demonstrate the preoccupation with the administration of the Technologies of the Information and of the Communication (TICs) again in the hands of mighty conglomerates of media. We question if our digital public television, since it proposes the government, will be going to manage to consider the aspects of independence, content and sustainability, acting economical and politically divested of that what pay his counts.

Keywords: Television. Digitalization. Communication. Convergence. Public TV.

1 INTRODUÇÃO

Ver televisão. A interpretação e a construção simbólica dessa simples frase nunca foi tão complexa e polêmica como nos dias de hoje. Os rápidos avanços tecnológicos e as transformações pelas quais passam a sociedade contemporânea mediada, cada vez mais, pelo fascínio dos meios de comunicação e pela magia da idéia tecnicista de interatividade e de convergência, impõem ao mundo um novo desafio de pensar a realidade social. De um lado, críticos, como Jean Baudrillard, condenam o processo de relação digital entre homem e máquina:

Na hora em que a televisão e a mídia são cada vez menos capazes de dar conta dos acontecimentos (insuportáveis) do mundo, elas descobrem a vida cotidiana, a banalidade existencial como o acontecimento mais mortífero, como a atualidade mais violenta, como o próprio local do crime perfeito (BAUDRILLARD, 2002, p. 8).

De outro ponto de vista, estão os que entendem como inevitável o processo de interatividade e de reafirmação dos meios de comunicação, como a TV, embora se preocupem com a ausência de profundidade em algumas interpretações de expressões como convergência. Um dos maiores especialistas na área de mídia, atualmente, o americano Henry Jenkins, é enfático ao afirmar que a convergência é um antigo conceito que agora assume novos significados. “A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência acontece dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros [...]” (JENKINS, 2008, p.28).

Incentivado pelo diálogo intelectual sobre as contemporâneas transformações dos processos comunicacionais no Brasil e no mundo, este artigo tem por objetivo introduzir questões iniciais sobre o impacto das novas tecnologias na mídia, em especial no processo de digitalização da televisão e, fundamentalmente, seus efeitos

sobre uma sociedade envolvida, cada vez mais, no acelerado fluxo de informações.

A mudança no caráter da comunicação, como denomina Manuel Castells, sustenta-se na expressão de um supertexto e uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual de comunicação humana. A comunicação sobre novas bases transforma-se, então, em um ritmo alucinante de transmissão de dados, sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos.

Para Castells (1999, p. 354), está-se na “Cultura da Virtualidade Real”, que se configura em um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial. Nessa linha de raciocínio, Pierre Levy (1996, p.20-21) trabalha com a idéia de que “[...] a virtualização reinventa uma cultura nômade, não por uma volta ao paleolítico nem às antigas civilizações, mas fazendo surgir um meio de interações sociais onde as relações se reconfiguram com um mínimo de inércia [...]”. Laymert Garcia dos Santos ressalta que:

[...] o acesso à tecnologia tornou-se tão vital que hoje a inclusão social e a própria sobrevivência passam, obrigatoriamente, pela capacidade que indivíduos e populações têm de se inserir no mundo das máquinas e de acompanhar as ondas da evolução tecnológica [...] (SANTOS, 2003, p.10).

Essa seletividade tecnológica acontece em diferentes níveis e contextos sociais, especialmente porque o cenário de sobrevivência mundial impõe a obrigatoriedade de o indivíduo se inserir na infovia das informações com potencial de conhecimento, ou seja, aqueles dados capazes de reproduzir um ciclo produtivo de comunicação e, conseqüentemente, de poder. Muniz Sodré defende a idéia de que a natureza desse novo poder é:

[...] claramente mais gerencial, o que abre espaço para novas elites cognitivas e burocráticas. Tais elites – poderíamos batizá-las como logotécnicas – constituem-se de programadores, editores, criadores, gerentes, enfim, de responsáveis pela seleção de informações sobre o mundo, uma verdadeira “agenda pública”, segundo a expressão de Mac Comb e Shaw [...] (SODRÉ, 1996, p.79).

2 O PODER DA TELEVISÃO

A integração de várias formas de comunicação em uma rede interativa tem reformulado conceitos e valores da sociedade contemporânea, principalmente

quando o assunto é a televisão. Considerado talvez o meio de comunicação de massa mais acessível e abrangente, numa concorrência implacável com o antigo rival, o rádio, a televisão conquista novos olhares, inclusive os seus próprios, como se ela, ou aqueles que a produzem, estivessem diante de um espelho em busca da melhor identidade tecnológica e social.

Seja no meio profissional, entre jornalistas, publicitários, políticos e economistas, seja no contexto acadêmico, a televisão sempre foi e provavelmente sempre será objeto de disputas, principalmente pela sua tradicional capacidade de abrangência territorial e, fundamentalmente, moral.

Historicamente, a TV surgiu ainda na primeira metade do século XX, obrigando outros veículos de comunicação a se reorganizar. A idéia de “[...] síndrome do menor esforço [...]” despertada por Manuel Castells, principalmente no contexto neoliberal americano, explica o sucesso da televisão em sua composição inicial: “As raízes desta lógica não estão na natureza humana, mas nas condições da vida em casa após longos dias de trabalho e na falta de alternativas para o envolvimento pessoal/cultural [...]” (CASTELLS, 1999, p.356).

A idéia de que a TV modela a linguagem de comunicação societal passa, mais uma vez, por um processo de reformulação em decorrência das transformações impostas pelo avanço tecnológico e pela conseqüente composição de comportamentos, enquanto consumidores de mídia. Como ressalta Castells, trata-se agora com uma audiência não mais como objeto passivo, mas interativo. Essa perspectiva “[...] abriu caminho para sua diferenciação e transformação da mídia que de comunicação de massa passou à segmentação, adequação do público alvo e individualização [...]” (CASTELLS, 1999, p. 362).

No percurso dessas mutações é importante situar, desde o início, duas esferas fundamentais que podem ser separadas analiticamente para pesquisas, mas que, verdadeiramente, convergem para um mesmo ou diversificados centros: a técnica, representada pelos velozes avanços científico-tecnológicos, e a social, que corresponde à produção, distribuição e efeitos provocados pelo conteúdo. Wilson Dizard Jr. cita o crítico de mídia Neil Postman para contextualizar duas preocupações iminentes: por um lado, “[...] Postman e outros, vêem sinais perturbadores de que a expansão de canais de mídia, competindo pela atenção num mercado acirrado, poderia ser dominada por uma mistura narcisista de serviços de baixa qualidade [...]” (2000, p. 48). Por outro, situa-se a discussão se “[...] as novas tecnologias irão aumentar o abismo entre os ricos e os pobres de informação [...]” (DIZARD JÚNIOR, 2000, p.48).

O processo de digitalização dos meios de comunicação, sem dúvida, reposiciona este debate, especialmente no Brasil, onde as distâncias sociais afloram

em um quadro crítico. A promessa do Governo brasileiro de instalação de um sistema abrangente, público e interativo para a televisão digital preocupa muitas entidades em todas as ramificações da sociedade. A certeza de que o negócio constrói uma estrada com ladrilhos de ouro traz à tona duelos econômicos e políticos. É, talvez, esta última instância, a política, que mais desperta a preocupação social, especialmente com a estruturação e o conteúdo do que será veiculado sob a denominação de TV pública.

3 PROBLEMATIZAÇÃO

O Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) foi instituído por meio do decreto 4.901/03¹ com a promessa do Governo Federal de que o processo de implantação se constituiria de forma a permitir ampla participação social no debate, a começar pela escolha da tecnologia e, conseqüentemente, do conteúdo veiculado. No entanto, os desdobramentos da iniciativa desagradaram representações da sociedade civil organizada e órgãos que se envolveram no debate da implementação da TV digital no país. A Frente Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV Digital foi uma das primeiras a questionar a política do governo Lula para o setor das comunicações, por meio de carta aberta ao Governo e ao povo brasileiro². Constituída em 2006, agrega várias instituições preocupadas com o destino das novas ferramentas comunicacionais, especialmente no que diz respeito à concentração das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) nas mãos dos mesmos grupos tradicionais de mídia.

A edição do decreto 5.820/06³ fez ascender, ainda mais, o tom crítico do debate. Esse novo decreto estabeleceu a adoção do sistema japonês de modulação para a TV digital brasileira⁴. Considerado um “erro político”, tal decreto é encarado

¹Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/decreto/2003/D4901.htm>. Acesso em 26/03/2007

²Disponível em: http://www.ciranda.net/spip/IMG/rtf/CARTA_ABERTA_AO_GOVENRO_LULA_E_AO_POVO_BRASILEIRO_POR_UM_SISTEMA_DEMOCRATICO_DE_RADIO_E_TV_DIGITAL.rtf. Acesso em: 26/03/2007.

³Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm. Acesso em 09/04/2007

⁴Mota (2006, p. 5) considera como um marco histórico o processo de implantação do SBTVD – Sistema Brasileiro de Televisão Digital – já que reuniu mais de 1400 pesquisadores e técnicos, 80 instituições, com gastos 54 milhões de reais. “Os consórcios dedicados aos mais diversos aspectos da tecnologia produziram mais de 10.000 páginas de relatório, para subsidiar a resposta do governo com relação a seguinte pergunta: podemos ou não elaborar um sistema próprio para a TV digital no Brasil? O resultado foi muito mais do que um sim. Ele é o testemunho da criação brasileira e inovadora de um sistema mais avançado do que os atuais modelos existentes”. No entanto, a mesma pesquisadora ressalta que a façanha assustou o governo de um país que, tradicionalmente, importa fórmulas para a resolução de seus problemas. “Tudo isso e mais os inúmeros relatórios realizados para o CPqD, a fundação responsável pela coordenação dos trabalhos, foram relevados ao segundo plano diante das pressões exercidas pelos exploradores comerciais que querem o padrão japonês por decreto, para manter a sua posição de hegemonia do setor de radiodifusão, impedindo que a transformação do modelo atual possa ferir a lucratividade das emissoras abertas. O Ministério das Comunicações não esconde a preferência por atender aos interesses das grandes redes, justificando a qualidade da prestação de serviços ao país” (MOTA, 2006, p. 5-6).

pela Frente Nacional como uma porta aberta à continuidade do regime que “[...] favorece a manutenção da concentração da televisão nas mãos de poucos e limita as possibilidades de ampliação do número de programações no espectro de frequências [...]” (FRENTE NACIONAL, 2007, p.1).

O ideal de uma comunicação democrática e da ampliação da diversidade de conteúdos produzidos e exibidos pelos veículos faz despertar, mais uma vez, a certeza de que essas conquistas estarão sempre concentradas em ambiente de disputa política e, acima de tudo, ideológica, ainda mais diante de um cenário no qual ganha relevância a histórica relação entre informação e poder. A opinião emitida pela carta aberta da Frente Nacional, deixa em evidência a necessidade de “[...] criação de canais públicos com independência editorial, gestão participativa e democrática, financiamento público estável e programação que reflita a diversidade cultural do país e dê voz aos setores oprimidos da população [...]” (FRENTE NACIONAL, 2007, p.2).

Questionamentos, como os apresentados pela Frente Nacional, fazem emergir uma pergunta ao que parece ainda com resposta indefinida: a televisão digital pública, como propõe o governo, irá conseguir considerar os aspectos de independência, conteúdo e sustentabilidade, atuando econômica e politicamente desvinculadas daqueles que pagam suas contas? Nelson Hoineff (2003, p.1) destaca que “[...] há uma estranha peculiaridade hoje na televisão brasileira, que permeia tanto o modelo privado quanto o público: ela não é auto-suficiente para produzir ou comprar a programação [...]”

Para o jornalista Alberto Dines, a discussão voltada à mídia não deve “[...] ficar num ambiente corporativo, tem que ser levado à sociedade [...] portanto, só uma televisão pública, com espírito público, poderia assumir essa responsabilidade, e até risco, de trazer o debate sobre mídia para a sociedade [...]” (DINES, 2003, p.18). O mesmo Dines argumenta e ajuda a esclarecer que “[...] quando falamos nessa entidade chamada TV pública, precisamos levar em conta que a mídia, como um todo, é pública [...] a imprensa concerne à sociedade, mesmo sendo uma imprensa privada (2003, p.17).

Nesse contexto, o artigo trabalha, inicialmente, com a hipótese central de uma relação conflituosa e desgastante entre os chamados três pilares do que se pode denominar TV pública no Brasil: serviço público, independência e programação de qualidade. Especialmente no contexto brasileiro, não há como desconsiderar que se trata, também, de processo seletivo e, perigosamente, de reforço de estereótipos, de padrões sociais pré-existentes, que podem empurrar para a margem da sociedade, ainda mais, aqueles socialmente em desvantagem. Como afirma Castells (1999, p. 383), “[...] as elites moldadoras de seu formato desfrutarão de vantagens estruturais na sociedade emergente [...]”

O sociólogo francês Pierre Bourdieu com certeza foi um dos mais críticos quanto ao poder ideológico da televisão, ao perceber que os mecanismos ocultos, ou seja, as estruturas subjacentes, são as reais moldadoras da identidade desse veículo e fazem dele instrumento poderoso de manutenção da ordem simbólica. Os conteúdos fúteis, hoje comuns nas programações televisivas, são, para Bourdieu, “[...] muito importantes na medida em que ocultam coisas preciosas [...]” (1996, p. 23). Tais preciosidades ficam mais bem situadas na explicação de que:

há entre as emissoras não apenas interações, pessoas que se falam ou não, pessoas que se influenciam [...] tudo o que relatei até aqui são relações de força completamente invisíveis que fazem com que, para compreender o que vai passar [...] seja preciso levar em conta o conjunto das relações de força objetivas que constituem a estrutura do campo (BORDIEU, 1996, p. 56).

O raciocínio de Bourdieu faz lembrar a construção do pensamento de um dos maiores teóricos da comunicação, nos anos nos quais a televisão começou a se popularizar. Em 1963, o alemão Theodor Adorno já escrevia:

Em primeiro lugar, compreendo “televisão como ideologia” simplesmente como o que pode ser verificado, sobretudo nas representações televisivas norte-americanas, cuja influência entre nós é grande, ou seja, a tentativa de inculcar nas pessoas uma falsa consciência e um ocultamento da realidade, além de, como se costuma dizer tão bem, procurar-se impor às pessoas um conjunto de valores como se fossem dogmaticamente positivos, enquanto a formação a que nos referimos consistiria justamente em pensar problemáticamente conceitos como estes que são assumidos meramente em sua positividade, possibilitando adquirir um juízo independente e autônomo a seu respeito. Além disto, contudo, existe ainda um caráter ideológico-formal da televisão, ou seja, desenvolve-se uma espécie de vício televisivo em que por fim a televisão, como também outros veículos de comunicação de massa, converte-se pela sua simples existência no único conteúdo da consciência, desviando as pessoas por meio da fatura de sua oferta daquilo que deveria se constituir propriamente como seu objeto e sua prioridade. (ADORNO, 1963, p.4).

O desvelamento da estrutura simbólica, invisível aos olhos do senso comum, como alega Bourdieu e como já sugeria Adorno, passa, sem dúvida, pelo processo de redistribuição dos canais de acesso as TICs e de abertura de novos espaços para a inclusão daqueles que, historicamente, ficaram à margem e à mercê dos grande conglomerados de mídia.

4 MANIFESTO À DEMOCRACIA

O I Fórum Nacional de TVs públicas, realizado em Brasília, em maio de 2007, representou um suspiro à idéia de abertura do debate público sobre a digitalização da televisão brasileira. A iniciativa foi do Ministério da Cultura, por meio da Secretaria do Audiovisual, com apoio da Presidência da República, e apresentou como resultado um manifesto por uma TV pública independente e democrática que, entre outras recomendações, sugere que “[...] a TV Pública deve ser a expressão maior das diversidades de gênero, étnico-racial, cultural e social brasileiras, promovendo o diálogo entre as múltiplas identidades do país [...]” (INTERVOZES, 2007, p. 2).

Com sinais de democracia, o documento enfatiza, ainda, que a TV pública deve:

[...] promover mecanismos que viabilizem a produção e veiculação de comunicação pelos cidadãos e cidadãs brasileiros [...] a TV Pública deve ser promotora do processo de convergência digital, ampliando sua área de atuação com as novas tecnologias de informação e comunicação e promovendo a inclusão digital (INTERVOZES, 2007, p. 3).

Em uma trajetória similar à do Fórum Nacional, a Associação Internacional de Televisão Educativa e do Descobrimento (AITED) abriu nova frente no debate sobre a construção de uma televisão pública de caráter educativo-cultural. Em uma espécie de convocação da sociedade para a reflexão acerca dos desafios em direção à TV, a AITED ressalta no item 1 de seu manifesto a seguinte questão:

A televisão, o meio de comunicação mais poderoso da atualidade, não pode limitar-se a ser uma indústria ou um simples negócio, seguindo exclusivamente a lógica do mercado de bens e serviços. Não pode tampouco ceder às exigências puramente mercantis de uma globalização que parece não levar em consideração os valores culturais e de identidade. É absolutamente necessário que se comprometa com o objetivo de formar uma cidadania democrática assentada sobre os direitos humanos, o desenvolvimento da educação para todos e a defesa da cultura e da identidade (MANIFESTO..., [on-line] não paginado).

Na certeza de que se trata de uma tarefa interdisciplinar e amplamente participativa por todos os setores, o documento da AITED apresenta uma das iniciativas dispostas sobre a responsabilidade no âmbito político:

Os governos e instituições governamentais devem financiar ou subvencionar o serviço público de televisão para a educação e a cultura. Para tanto, devem dedicar suficientes recursos econômicos, humanos e tecnológicos para garantir o acesso universal e a qualidade do serviço. Do mesmo modo, através de incentivos fiscais, subvenções e outros programas de

estímulo, devem promover a participação da iniciativa privada na área da televisão educativo-cultural (MANIFESTO..., [on-line] não paginado).

Os dois exemplos apresentam em palavras o aspecto democrático e plural que deve ser prioridade no processo de convergência no qual se insere a digitalização da TV no Brasil e no mundo. Por outro lado, dão suporte à crítica exercida por teóricos como Bourdieu (1996) e por instituições como a Frente Nacional por Sistema Democrático de Rádio e TV Digital, preocupadas com o distanciamento entre a prática e o que está no papel. É diante desse contexto que buscamos em Regina Mota (2004, p. 82) a inspiração para reforçar que “[...] a pauta pública, além de informar, deve levar à reflexão, a uma mudança de comportamento e de mentalidade [...]”. A mesma autora, no questionamento do processo de implementação da TV digital no Brasil, manifesta opinião condizente com o debate social crítico:

A meu ver, o maior problema do debate da TV Digital no Brasil é a persistência da visão do modelo analógico, cuja estrutura vertical e centralizada, de um para todos, ainda orienta as análises e perspectivas mercadológicas, viciando boa parte dos relatórios que servirão de medida para a tomada de decisão. O modelo mais correto para se pensar a mudança em questão é o da rede Internet que é horizontal, descentralizada e cujo direcionamento da informação é de todos para todos. Digo isso, para defender a necessidade de se pensar o modelo de implantação de uma nova tecnologia a partir de suas próprias características e não as da tecnologia precedente (MOTA, 2006, p.2).

5 A EXPERIÊNCIA DA TV PÚBLICA

Que é TV pública? Que tipo de TV o público espera? Essas são questões geralmente levantadas quando se trata desse assunto. Um bom exemplo para iniciar o debate seria tomar como base a BBC (British Broadcasting Corporation), uma TV Pública britânica que estimula a sociedade a participar do processo e a produzir programas de qualidade. Mas essa sociedade não só participa dando opinião, como também contribui através de taxas para o desenvolvimento dela. Como é uma TV pública, ela não tem recursos financeiros vindos da publicidade; mas será que no Brasil o método de cobrar taxa resolveria? É questionável se, cultural e economicamente, o brasileiro se adaptaria a esse processo, já que muitos são os tributos já acumulados.

O objetivo da BBC é promover o enriquecimento cultural das pessoas com a maior abrangência possível, no intuito de atrair todos os públicos. De acordo com o Jornalista Lúcio Mesquita (2003, p.28), a visão atual da emissora é ser a organização

mais criativa do mundo. Semanalmente mais de 90% dos britânicos utilizam algum dos serviços disponibilizados pela BBC. Toda a sua estrutura é financiada por uma taxa anual paga por todos os espectadores que possuem em casa um aparelho de televisão.

O modelo idealizado no Brasil está muito distante do que se tem hoje. Espera-se por uma TV que integre a sociedade e a ajude a se desenvolver. Assim, as perguntas levantadas nesta pesquisa só terão resposta quando “[...] espaços de reflexão conjunta, de debates, de discussão, de confrontação de idéias, de criação [...]” (FLORA, 2003, p.14) forem abertos.

Esse assunto parece tão distante e ao mesmo tempo tão conhecido que, na maioria das vezes, tem-se uma noção equivocada ou intuitiva do que seja o bem público. Primeiro porque o que se conhece como TV pública no país não é de fato uma. No mesmo sentido, as pessoas estão acostumadas a um sistema cujo “[...] o produto final é aquele sujeito que assiste televisão aprisionado em condicionamentos estritamente atrelados a uma dominação de idéias, de pensamento e de mercado [...]” (LIMA, 2003, p. 64). Pensa-se a TV pública, porque ela é desafiadora, leva as pessoas a refletirem sobre o que se está fazendo e, aparentemente, dando certo. Tal discussão conduz a buscar compreensão a respeito do que se poderá fazer, com uma verba muito menor, para continuar atraindo o público, além de levá-lo à reflexão e à exigência.

Assim, pode-se entender a TV pública como sendo feita pelo e para o público, ou seja, tem o envolvimento concreto com uma linguagem participativa da sociedade, e não simplesmente uma TV do Governo, porque nem tudo que é público é necessariamente estatal. Já sobre o que o público espera, também se encontra a resposta nesse pequeno panorama aqui levantado. O público espera uma TV que leve as pessoas a pensar e as ajude no desenvolvimento intelectual, social e cultural de forma dinâmica e atrativa. Mas essa forma só poderá ser descoberta quando o público puder expressar as suas idéias e começar a fazer parte dessa produção. Conforme Rebouças (2003), é preciso pensar o público, agora, como *interlocutor* e, por tal prisma, “[...] talvez o objetivo número 1 da TV pública [...] seja o de interferir nos níveis de consciência e de maturidade da nossa população [...]” (REBOUÇAS, 2003, p. 122).

6 TRAJETÓRIA DA TV EDUCATIVA BRASILEIRA

Alexandre Fradkin (2003) explica que a TV pública, a TV educativa no Brasil, foi estabelecida de forma distante de qualquer planejamento que decorresse de uma política setorial de Governo. O espaço, então, foi tomado por emissoras que tinham algum cunho político, empresarial; outras surgiram por idealistas, mas poucas com o objetivo definido e explícito. A primeira televisão educativa surgiu em 1967: a TV

Pernambuco, que abriu caminhos a mais nove TVs entre 1967 e 74. Com o crescente número de TVs interessadas, o Ministério da Educação e Cultura (MEC), em 1972, com o objetivo de coordenar as atividades de teleeducação criou o programa nacional de Teleeducação/PRONTEL. Em 1978, por meio da Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa FCBTVE (TVE do Rio de Janeiro) e do PRONTEL, realizou-se um seminário em Nova Friburgo (RJ) com a finalidade de instrumentalizar uma rede de transmissão de programas de cunho educativo, com ação integrada das emissoras. A iniciativa não deu certo e se formou apenas uma *redinha*, como ficou conhecida à época, para transmitir os jogos da Copa do Mundo de 1978, na Argentina (FRADKIN, 2003).

Com o passar do tempo foram idealizadas outras tentativas de organizar uma veiculação em um sistema de rede integrado, como o Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa/SINRED. “É importante observar que, naquele período, as emissoras públicas priorizavam a veiculação de programas de caráter essencialmente educativo [...]” (FRADKIN, 2003, p. 58). O crescimento do projeto obrigou os operadores a pensar em uma forma de expandir o raio de abrangência de seus sinais. Segundo Fradkin, a solução para a expansão do sinal educativo de TV veio com o Decreto 96.291⁵, de 1988, e com a portaria MEC 93, de 1989. A legislação estabeleceu “[...] parâmetros para que as retransmissoras de televisões educativas pudessem inserir, a nível local, programas de interesse comunitário, desde que essas inserções não ultrapassassem 15% do total da programação da geradora [...]” (FRADKIN, 2003, p. 59). A partir daí, as retransmissoras autodenominaram-se TVs comunitárias.

Apesar da identidade democratizadora da proposta, as retransmissoras não apresentaram os resultados planejados. Conforme esclarece Fradkin,

[...] a ausência de uma legislação balizadora fez com que as primeiras autorizações fossem principalmente a políticos e a grandes empresários, cujas intenções nada tinham a ver com os reais objetivos da legislação referente à programação de caráter comunitário [...] (2003, p. 60).

Apenas em 1991, o MEC e o Ministério das Comunicações baixaram a portaria 236, para disciplinar as concessões de autorizações para retransmissões mistas. Fatos como a politização, o excesso de comerciais e o lobby liderado pela Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABERT) para eliminar as retransmissoras levaram à promulgação do decreto 2.593, em 1998⁶, que instituiu o novo Regulamento dos Serviços de Retransmissão e Repetição de Televisão. Com o fim da retransmissão mista, abriu-se possibilidade de as retransmissoras se transformarem em geradoras.

A frágil qualificação que imperava na TV pública teve uma ruptura ainda maior

⁵Disponível em: <http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=222844>. Acesso em: 14 abr. 2007.

⁶Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto/D2593.htm. Acesso em: 14 abr. 2007.

em 1990. A necessidade de abrangência de público e de encaminhar a TV pública para um roteiro mais eficaz fez com que, em 1997, fosse criada a Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC). “As emissoras integrantes da ABEPEC idealizaram a rede pública de televisão/RPTV, com o objetivo de estabelecer uma grade de programação comum e obrigatória para todas as emissoras associadas [...]” (FRADKIN, 2003, p. 62).

A programação não é estritamente educativa como no começo das transmissões das emissoras educativas. A tendência é direcionada para a transmissão de programas jornalísticos, culturais e de entretenimento, embora todos tenham a educação como fio condutor. “A veiculação de programas didáticos passou a ser feita, com sucesso, em circuito fechado, como ocorre com a TV ESCOLA, programação sob a responsabilidade do Ministério da Educação e gerada pela TVE do Rio de Janeiro.” (FRADKIN, 2003, p.62).

A digitalização dos meios tem permitido discutir a utilização do modelo de TV pública existente no Brasil, hoje, uma vez que não basta apenas oferecer ao público uma programação de qualidade e com conteúdos nacionais desprovidos de toda e qualquer espécie de apelos publicitários. Como já ressaltado, para que a TV pública possa fazer algum sentido na atualidade, há necessidade de diversificação de opiniões, abordagem de conteúdos, valorização das culturas regionais. Ou seja, ela não deve excluir valores e perspectivas.

Em se tratando de um modelo público no Brasil muito há que se revisar. Há TV que produz em sua grade programações de qualidade, oferece conteúdos diversos, todavia a impressão é a de que poucos são os que assistem a ela e gostam. Isso porque, para manter uma produção atraente em televisão, é preciso muito mais do que criatividade. Sem recursos financeiros, determinadas ações ficam limitadas. O desafio é grande, a verba é pouca, mas o debate está só começando, e esse com certeza é o passo mais importante para mudar a TV atual e começar uma nova televisão.

7 CONCLUSÃO: MUITO ALÉM DA INFORMAÇÃO

Obter informação nos dias atuais é uma tarefa, aparentemente, simples. Digeri-la e administrá-la são capítulos bem mais complexos. Entender a fundo as consequências dos movimentos políticos e econômicos em parceria com os meios de comunicação exige um esforço bem maior. É preciso, acima de tudo, compreender os processos históricos de formação das sociedades e dos meios de comunicação e sua genealogia moral e ideológica. Entende-se, primeiramente, a digitalização da mídia

como forma de enriquecimento do espaço público democrático para formação dos atores envolvidos passa pela idéia de que é necessário ir além da simples transmissão de informações. Como sugere o sociólogo francês Dominique Wolton, “[...] não é suficiente que os homens troquem muitas informações para que se compreendam melhor. São os planos culturais e sociais de interpretação das informações que contam, não o volume ou a diversidade dessas informações [...]” (2001, p. 25).

É fato que, conforme explica Jin (2007), o número de aparelhos de TV no mundo aumentou para mais do que 1.62 bilhões em 2000, contra 1.1 bilhão em 1990 e 299 milhões em 1970. Essa rápida transformação do sistema global de televisão tem sido possível porque “[...] os governos ao redor do mundo adotaram políticas neoliberais de comunicação, tais como desregulamentação do mercado, estado descentralizado, e reduziram a intervenção estatal em assuntos de comunicação [...]” (JIN, 2007, p.180, tradução nossa). Tais medidas de liberalização econômica revelam a estratégia por detrás dos impérios de comunicação transnacional como forma de aumentar o domínio sobre o mercado global.

Diante do cenário, o americano Trine Syvertsen (2003, p. 160, tradução nossa) convida a pensar que “[...] muitos têm argumentado que o processo de convergência tecnológica e econômica entre diferentes setores de mídia impõe talvez um dos maiores desafios para o modelo de transmissão pública [...]” Sendo assim, emerge novamente a perspectiva histórica de que, como diz Dênis de Moraes, “[...] a grande mídia assim opera tanto por adesão ideológica à globalização, quanto por deter a capacidade única de interconectar o planeta, através de malhas de satélites, cabos de fibra óptica e redes infoeletrônicas [...]” (2001, p. 1). Com tal ponto de vista, o mesmo teórico brasileiro pode concluir este artigo e a fase inicial da pesquisa:

Se desejamos o livre fluxo de informações e conteúdos culturais, é hora de revitalizar a sociedade civil e articular forças comunitárias para a ingente tarefa de propor alternativas concretas à mercantilização generalizada. Insistamos, por exemplo, no estabelecimento de políticas públicas de comunicação, assentadas em mecanismos democraticamente instituídos de regulação, de concessão, de tributação e de fiscalização. Políticas debatidas por segmentos representativos da opinião pública e formuladas com equilíbrio e realismo. Políticas que não desconheçam as profundas transformações da era digital e seus efeitos socioculturais, e que não subestimem o poder de fogo dos gigantes (eles resistirão tenazmente a qualquer perda de espaço ou de mando) (MORAES, 2001, p.4).

Artigo recebido em:09/09/2009

Aceito para publicação: 03/11/2008

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **Televisão e formação**. [on line] Disponível em: <http://adorno.planetaclix.pt/tadorno11.htm> Acesso em: 22 fev. 2007.

BAUDRILLARD, Jean. Big Brother: telemorfose e criação de poeira. **FAMECOS**, Porto Alegre, v. 17, 2002. Disponível em: <http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/17/a01v1n17.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

BRASIL. Presidência da República – Casa Civil. **Decreto nº 4.901, de 26 de novembro de 2003**. Dispõe sobre a instituição o Sistema Brasileiro de Televisão Digital - SBTV-D, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/decreto/2003/D4901.htm>. Acesso em: 26 mar. 2007.

BRASIL. Presidência da República – Casa Civil. **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. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm. Acesso em: 09 abr. 2007.

BRASIL. Senado Federal. **Decreto nº 96.291, de 11 de julho de 1988**. Altera o Regulamento dos Serviços Especiais de Repetição e de Retransmissão de Televisão, aprovado pelo Decreto nº 81.600, de 25 de abril de 1978, modificado pelos Decretos nº 84.064, de 8 de outubro de 1979, e nº 87.074, de 31 de março de 1982. Disponível em: <http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=222844>. Acesso em: 14 abr. 2007.

BRASIL. Presidência da República – Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Decreto nº 2.593, de 15 de maio de 1998**. Aprova o Regulamento dos Serviços de Retransmissão e de Repetição de Televisão, anulares ao Serviço de Radiodifusão de Sons e Imagens. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto/D2593.htm. Acesso em: 14 abr. 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. Tradução Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1

DINES, Alberto. Toda mídia é pública. In: O DESAFIO da TV Pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Organizado por Beth Carmona; Marcus Flora et al. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

DIZARD JÚNIOR, Wilson. **A Nova Mídia** – a comunicação de massa na era da informação. Tradução Antônio Queiroga e Edmond Jorge. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

FLORA, Marcus. Compromisso Estratégico com a TV Pública. In: O DESAFIO da TV Pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Organizadores Beth Carmona; Marcus Flora et al. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

FRADKIN, Alexandre. Histórico da TV Pública Educativa no Brasil. In: O DESAFIO da TV Pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Organizadores Beth Carmona; Marcus Flora et al. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

FRENTE Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV Digital. **Carta Aberta ao Governo Lula e ao Povo Brasileiro por um Sistema Democrático de Rádio e TV Digital**. Documento final do II Encontro da Frente Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV Digital. [on line] Disponível em: http://www.ciranda.net/spip/IMG/rtf/CARTA_ABERTA_AO_GOVERNO_LULA_E_AO_POVO_BRASILEIRO_POR_UM_SISTEMA_DEMOCRATICO_DE_RADIO_E_TV_DIGITAL.rtf. Acesso em: 26 mar. 2007.

JIN, Yong Dal. Transformation of the World Television System under Neoliberal Globalization, 1983 to 2003. **Television & New Media**, v. 8, n. 3, p. 179-196, 2007.

HOINEFF, Néelson. BBC e David Kelly: o drama e as lições para a TV Pública. **Observatório da Imprensa**, 22 jul. 2003. [on line] Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/qtv220720031.htm>. Acesso em 14 ago. 2007.

INTERVOZES. **Manifesto pela TV Pública independente e democrática**. Brasília, I Fórum Nacional de TVs Públicas. [on line] Disponível em: <http://www.tvbrasil.org.br/saladeimprensa/cartadebrasil.pdf>. Acesso em 25 jul. 2007.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

LÉVY, Pierre. **O que é Virtual**. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.

LIMA, Jorge Cunha. O modelo da TV Cultura de São Paulo. In: O DESAFIO da tv pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Organizadores Beth Carmona; Marcus Flora et al. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

MANIFESTO por uma televisão para a educação e a cultura: 1999/2000. [on-line] Disponível em: http://www.mettaolhar.com.br/bra/manifesto/MANIFESTO%20ABEPEC_port2.pdf

MESQUITA, Lúcio. O Modelo da TV Pública da BBC. In: O DESAFIO da tv pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Organizadores Beth Carmona; Marcus Flora et al. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

MORAES, Dênis. O capital da Mídia na Lógica da Globalização. **Ciberlegenda**, n. 6, 2001. Disponível em <http://www.uff.br/mestcii/denis8.htm>. Acesso em: 23 abr. 2007.

MOTA, Regina. Uma pauta pública para uma nova televisão brasileira. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, n. 22, p. 77-86, 2004.

MOTA, Regina. Tecnologia e deliberação política: A urgência da tomada de decisão do poder executivo e a ameaça à criação do Sistema brasileiro de televisão digital. **UNirevista**, v. 1, n. 3, p. 1-7, 2006.

REBOUÇAS, Nádia. Pesquisa: quem é o Telespectador da TV pública. In: O DESAFIO da tv pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Organizadores Beth Carmona; Marcus Flora et al. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

SANTOS, Laymert Garcia. **Politizar as novas tecnologias**: o impacto sócio-técnico da informação digital e genética. São Paulo: Editora 34, 2003.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Cultura**: a comunicação e seus produtos. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

SYVERTSEN, Trine. Challenges to Public Television in the Era of Convergence and Commercialization. **Television & New Media**, v. 4, n. 2, p. 155-175, 2003.

WOLTON, Dominique. Pensar a Internet. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 15, 2001. Disponível em: <http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/15/a02v1n15.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2007.