

A nova esfera pública na digitalização: configurações do espaço público midiático

Luciano Correia dos Santos¹

Resumo

A esfera pública contemporânea, marcada pela radicalização dos processos comunicacionais e das novas tecnologias na fase da digitalização, ganha novas configurações e redimensiona o peso social dos atores presentes. Da mesma forma, isto obriga a adoção de novas estratégias de posicionamento neste espaço público caracterizado por mudanças no espaço, do territorial para o virtual, na paridade dos participantes, que no território virtual tem suas diferenças de peso abrandadas e na preservação de contradições, como a manutenção de oligopólios.

Palavras-chave

Digitalização. TV digital. Esfera pública. Esfera pública midiática.

Introdução à idéia de esfera pública moderna

A configuração atual da idéia do Príncipe anunciada por Maquiavel (1516), após passar pela atualização feita por Gramsci (o Moderno Príncipe),² resulta no conceito de Príncipe Eletrônico de Ianni,³ que simboliza a ascensão do aparelho midiático como elemento determinante e moderador dos processos sociais, a ponto de superar a anterior concepção de mídia como “quarto poder” para alcançar o status de ser, ela mesma, o próprio poder. Tal configuração é resultado do novo arranjo de forças travado ao longo do século XX, sobretudo a partir dos anos de 1970, com o esvaziamento da política e da força do trabalho frente ao capital, a diminuição das funções do Estado e do seu caráter social (o *welfare state*) e o incremento dos meios de comunicação que permitiram, dentre outros fins, o fluxo de capitais em escala mundial.

A globalização econômica traz novamente à cena o velho liberalismo, impulsionado pelo fim do socialismo real, agora revestido do charme pós-moderno das novas tecnologias (internet, mundo virtual, digitalização e convergência). A derrocada

¹ Jornalista, professor da Universidade Federal de Sergipe, doutorando em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS-RS).

² GRAMSCI, Antonio. **Maquiavel, a Política e o Estado Moderno**. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

³ IANNI, Octavio. **Enigmas da Modernidade-Mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

dos regimes do leste europeu, que funcionavam como alternativa ao modelo capitalista liderado pelos Estados Unidos, desequilibra inicialmente a equação que sustentava as variáveis democracia e liberdade de opinião, características intrínsecas ao livre debate de idéias. Em consequência, uma série de realinhamentos são impostos aos valores tradicionais, como a própria noção de política, direitos, conquistas, liberdade, o que significa também um novo patamar de espaço público.

A esfera pública burguesa, que antecede esta contemporânea, assim definida por Habermas, monta suas raízes no século XVIII como campo tensional entre Estado e sociedade, englobando uma ação política de crítica à sociedade feudal e outra de caráter literário, também crítica aos modelos vigentes, representando o choque de uma nova cultura em formação com a velha aristocracia decadente. O conflito era demarcado até na geografia, ao deslocar o centro das discussões da velha corte para o espaço emergente das cidades, onde a pujança econômica fazia nascer também uma intensa atividade social. Os encontros eram concentrados nos cafés, salões e naquilo que viriam a ser os futuros restaurantes, comunidades de comensais, todos eles espaços recém-nascidos da moderna burguesia:

Os herdeiros daquela sociedade de aristocratas humanistas, em contato com os intelectuais burgueses que logo passam a transformar as suas conversações sociais em aberta crítica, rebentam a ponte existente entre a forma que restava de uma sociedade decadente, a corte, e a forma primeira de uma nova: a esfera pública burguesa.⁴

Dos tensionamentos no interior desse ambiente, começa a ser forjada uma paridade entre os homens, obviamente ainda restrita aos estamentos aristocráticos e burgueses. Seu legado inspirou movimentos transformadores, ajudados por uma intensa atividade editorial, cujas publicações contemplavam uma ampla diversidade e asseguravam o direito de opinião.

Espaço público midiático

O espaço público moderno apresenta contornos menos rígidos, graças à própria natureza formadora de sua sociabilidade, ou seja, públicos que se alternam, revezam e se movimentam de maneira informal. Mas nem por isso o tipo de comunicação que se verifica deixa de ser reflexiva, agonística, argumentativa e racional, possibilitando a afirmação das características individuais dos seus membros, o que torna possível a emergência de personalidades e subjetividades próprias e faz com que cada membro

⁴ HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera Pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. p. 45.

adquirir o status de interlocutor, um sujeito de discurso e, igualmente, destinatário crítico das demais opiniões. As práticas comunicacionais no interior deste espaço público também indicam uma abertura do público, não fechamento temático e paridade na argumentação, regidas pelos princípios da liberdade e igualdade. Assim, capacidade ilimitada de participação dos interessados, livre discussão dos assuntos (com a laicização da política e da cultura) e igualdade de estatuto a todos os participantes, a partir dos critérios de validade argumentativa.

Sua consagração resulta de processos políticos originários do republicanismo, do anti-absolutismo e do pacifismo, ou ainda a expressão da vontade coletiva, conceito que ganha força no Iluminismo e se consolida no exercício da crítica, pela comunicação pública moderna: “isto é, o processo deliberativo de discussão pública é influenciado pelo agendamento dos *media*, mas ele próprio tem de preservar a capacidade de influenciar esse mesmo agendamento, sob pena de se esvaziar e desacreditar politicamente”.⁵

No entanto, este espaço é impregnado de um ceticismo latente desde muito cedo, porque o desenvolvimento do processo histórico não se deu (não se dá) de acordo com as esperanças iniciais, ao contrário, acumulando tensões e contradições. Tais solavancos propiciam avanços e recuos, resultados da dialética mesma, devido às dificuldades em garantir um debate público absolutamente racional. Concorre, para isso, toda sorte de explicações fora do campo da razão: as mistificações, os interesses e manipulações que ocorrem no interior da política e dos demais campos da atividade humana – no social, na cultura, na economia etc. A realidade irrompe com sua carga de imprevisibilidade, sem que os especialistas consigam esquadrihá-la nas suas fórmulas para explicar o mundo.

Este é o lado bom da história: a ação do público, entendido como processo, pode ser uma perspectiva real de democracia. A face pessimista: por ser processo, o mesmo público não tem sua existência assegurada em todos os momentos, portanto sem força política. Um vetor neutralizante sobre a autonomia do público é a *agenda setting*,⁶ que impõe um fechamento dos temas debatidos e desconsidera a paridade argumentativa entre os participantes. O resultado é uma comunicação sistematicamente distorcida,

⁵ ESTEVES, João Pissarra. **Espaço público e democracia**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003. p. 39.

⁶ Teoria de comunicação baseada no agendamento dos mídia, formulada por Maxwell McCombs e Donald Shaw. Ver: McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. A função do agendamento dos media, 1972. In: TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

graças a uma situação de desigualdade entre os interlocutores, com uns detendo o direito de fala e outros reduzidos ao silêncio. As transformações da própria modernidade garantiram, por um lado, a expansão do espaço público, mas, por outro, acusou o enfraquecimento da sua força política autônoma, com a diminuição da capacidade de reproduzir as vozes no seu interior.

Em lugar de uma opinião pública crítica surge uma massa resultada das grandes aglomerações humanas, com características bem peculiares: o desenraizamento (físico e cultural), instabilidade mental e psicológica, perda do sentido de existência (e, portanto, de identidade). Predomina um desconhecimento quase generalizado dos assuntos e, por fim, o anonimato. A comunicação, nessa nova conjuntura, passa a ser fortemente sistematizada, segundo processos formais rígidos, no qual o interlocutor perde seu papel como ator e dá lugar a um mero recurso de mercado: um número de audiência, mero espectador. Reduz-se drasticamente o número dos que emitem opiniões e a figura do destinatário é banalizada. Conforme Pissarra Esteves:

À medida que o funcionamento das instâncias do Público fica mais dependente dos *mídia* e, ao mesmo tempo, este se organizam em torno de interesses particulares, a comunicação pública tende a perder o seu caráter livre e autônomo, exprime cada vez mais imperfeitamente a dinâmica da sociedade civil e adquire características técnico-instrumentais acentuadas.⁷

Essa nova opinião pública configurada no espaço público midiático é resultado de produção estratégica, por processos técnicos de aferição das opiniões dos indivíduos, conforme uma lógica instrumental (cálculo da relação meios-fins), considerada, por Bordieu como o próprio fim da opinião pública. Divórcio entre opinião e crítica, no qual predomina uma onipotência exercida pelas maiorias numéricas, uma forma de ditadura da maioria, afinal, o mapa matemático desenhado numa eleição não é o critério para governar, pois a política real obedece outras lógicas. “O número nem sempre tem razão, ainda que haja saído de uma eleição democrática. A grande dificuldade, para a sociedade atual, está em encontrar o justo equilíbrio”.⁸ Seria, portanto, uma opinião pública de meros compromissos estratégicos, despolitizada e burocratizada, com baixos níveis de interatividade, como o que ocorre com o processo de digitalização.

Da parte do campo político, muito de seu esvaziamento e perda de poder se deve à própria incapacidade de resistir como força autônoma, inclusive com direito de regulação sobre a mídia. Mas o que ocorre é exatamente o contrário: por um estranho

⁷ ESTEVES, João Pissarra, op. cit., p. 45.

⁸ WOLTON, Dominique. El espacio público. In: _____ **Sobre la comunicación**: una reflexión sobre luces y sombras. Madrid: Acento, 1999. p. 164-175. p. 169.

temor ou acomodação, a classe política sucumbe ao poder da mídia como se dela fosse refém, mesmo quando se trata de partidos políticos com base popular, como o Partido dos Trabalhadores (PT), cuja militância sempre foi marcada pela coragem e ousadia. O escândalo do mensalão,⁹ por exemplo, cumpriu um agendamento diário nos principais canais, sempre acrescentando algo em tom espetacularizado, de modo a ir derrubando, uma a uma, as reputações das principais lideranças do PT. No final, sobrou mais ou menos intacta apenas a figura do presidente Luís Inácio Lula da Silva, dando a impressão, após a mídia suspender o fogo cerrado, de que a ênfase nos episódios denunciados por Roberto Jefferson visava tão-somente *sangrar* o governo Lula, para, ao fazê-lo igual aos demais em desgraça, torná-lo vulnerável a negociações.

De alguma forma, foi o que ocorreu, afinal, conforme Santos e Capparelli, tudo ocorre como no passado:

A verdade é que cada novo governo parece tornar-se prisioneiro da centralidade da mídia na legitimação de políticas e na construção de imagens positivas perante a população. O projeto político do governo Lula da Silva, por enquanto, contraria as expectativas de que uma profunda revisão do setor seria uma prioridade desde o início de sua gestão.¹⁰

Se não houve, de fato, profundas mudanças no setor, como reivindicam Santos e Capparelli, iniciativas não deixaram de haver, como a tentativa de implantação do CNJ, o Conselho Nacional de Jornalismo e a criação de uma rede pública de televisão, a TV Brasil. Ambos podem ser discutidos de diversos enfoques, inclusive com numerosas críticas, mas tanto o CNJ prometia alterações profundas no caráter do jornalismo praticado no país, como a TV Brasil pode ainda alterar o desenho do mapa televisivo no país.

No entanto, o debate tem de ocorrer, para que não resulte uma sociedade robotizada pelo agendamento da mídia, mesmo porque os progressos sociais alcançados com uma melhor qualidade de vida, a afirmação de comunidades específicas, não hegemônicas (antes chamadas de minorias), a politização dos discursos e o próprio desenvolvimento dos meios contribuíram para uma laicização da vida e dos conceitos, de forma que hoje todos podem falar de tudo nos espaços públicos, afinal, “não há

⁹ Nome dado à crise política enfrentada pelo Governo Lula em 2005/06, após denúncia do deputado Roberto Jefferson (PTB-SP), de compra de votos de parlamentares, que, em troca receberiam uma remuneração mensal, o mensalão.

¹⁰ SANTOS, Suzy dos; CAPPARELLI, Sérgio. Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um novo conceito. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Orgs.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005. p. 75-101. p. 98.

espaço público sem liberdade nem igualdade dos indivíduos”.¹¹

Desfeitas então as esperanças de um efetivo diálogo entre emissor e receptor e de uma abundância de conteúdos disponíveis, pelo menos nessa fase inicial, Mosco oferece uma explicação pelo olhar da economia política: “Do ponto de vista mítico ou cultural, o ciberespaço pode ser encarado como o fim da história, da geografia e da política. Mas, do ponto de vista político-econômico, o ciberespaço é o resultado do desenvolvimento mútuo da digitalização e da comercialização”.¹²

Mosco afirma que a digitalização veio para intensificar a comercialização da informação e do entretenimento, através de um modelo fordista de distribuição de programas.¹³ Ao mesmo tempo, o campo sofre tensionamentos dos dois lados: as comunidades de usuários, buscando defender-se dos altos preços das mercadorias culturais através da disponibilização pública e aberta, e as empresas, pressionando governos para manter os direitos de propriedade e codificando os produtos para evitar a reprodução. Eis aí, pois, um sintoma da referida refeudalização, afinal, uma das primeiras promessas da digitalização era ampliar o leque de usuários e permitir o acesso irrestrito aos bens culturais.

Reafirmando o caráter político da convergência, Mosco acrescenta outro ingrediente importante e pouco observado: as limitações de ordem técnica verificadas na fase de implantação do processo:

A digitalização não é um processo sem defeitos e o seu desenvolvimento foi atrasado devido a problemas técnicos. Para além disso, podem ser observadas contradições políticas relevantes. Hoje em dia, a tendência política dominante é, sem dúvida, o neoliberalismo, que se baseou na retirada do Estado de áreas vitais da vida social, incluindo a comunicação, onde esteve bastante envolvido na construção de infra-estruturas, no estabelecimento de padrões técnicos, na regulação do acesso aos mercados e no fornecimento de serviços.¹⁴

Com relação ao mercado, observa-se um dubio comportamento, ora reclamando autonomia e contra o que considera excesso de regulação, ora recorrendo ao Estado para o soerguimento de barreiras à entrada de novos operadores, a exemplo da resistência e temor da concorrência das teles. Na verdade, essa postura revela o rarefeito capitalismo praticado justamente por quem se encarrega de propagar as vantagens do mercado livre, mas que não resiste numa economia verdadeiramente concorrencial, que, no fim, se

¹¹ WOLTON, Dominique, op. cit., p. 167.

¹² MOSCO, Vincent. Do mito do ciberespaço à economia política da comunicação digital. In: SOUSA, Helena (Org.). **Comunicação, Economia e Poder**. Porto: Porto, 2006. p. 79-102. p. 81-82.

¹³ MOSCO, Vincent, op. cit., p. 83.

¹⁴ MOSCO, Vincent, op. cit., p. 86-87.

revela mesmo só uma promessa. Um exemplo recente foi oferecido na crise de 2008, a maior enfrentada pelo capitalismo desde a quebra da bolsa de Nova York em 1929, quando todo o sistema financeiro mundial revogou suas disposições de fé no mercado e foi se socorrer na generosidade do Estado, que, por sua vez, irrigou os caixas de empresas privadas com o dinheiro público.

O lugar da TV no novo espaço público midiático

Ao longo de sua trajetória, até atingir este amadurecimento apontado anteriormente, foram várias fases que caracterizaram seu desenvolvimento. Mattos, estudando especificamente a televisão brasileira, propõe uma classificação em seis fases: *elitista* (de 1950 até 1964); *populista* (1964-1975); *do desenvolvimento tecnológico* (1975-1985); *da transição e da expansão internacional* (1985-1990); *da globalização e da TV paga* (1990-2000) e *da convergência e da qualidade digital*, (a partir dos anos 2000).¹⁵

A verdadeira capacidade interativa do novo ambiente, por exemplo, é utilizada como parâmetro para medir o nível de democratização e participação, sempre anunciados pelas empresas midiáticas e, quando muito, cumpridas em questões secundárias, sem importância ou mesmo quixotescas, de tão distantes de uma participação efetiva. Estes critérios serão discutidos durante a sondagem empírica da pesquisa, servindo assim para comprovar o caráter efetivamente interativo das firmas que anunciam a prioridade no diálogo com seus públicos.

As disputas midiáticas, que prometem ser ainda mais acirradas, são conseqüência do que Brittos chama de *Fase da Multiplicidade da Oferta*, conceito usado por ele para dar conta de um estágio de abundância de opções:

Pensado inicialmente para a TV brasileira e depois expandido para o rádio, este momento histórico, denominado *Fase da Multiplicidade da Oferta*, caracteriza-se, dentre outros elementos, pela predominância de técnicas de captação do máximo de público, nos marcos das estratégias de segmentação, outra tendência contemporânea. [...] Abre-se, portanto, um novo período de desenvolvimento não só da televisão, mas do campo da comunicação, informação e cultura como um todo, onde os consumidores dispõem de uma maior possibilidade de escolha, em termos de organizações, tecnologias e produtos.¹⁶

Mas o próprio Brittos adverte que isto não significa necessariamente a presença

¹⁵ MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 78-79.

¹⁶ BRITTOS, Valério Cruz. Televisão, concentração e concorrência no capitalismo contemporâneo. In: _____ (Org.). **Comunicação na fase da multiplicidade da oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006. p. 21-45. p. 23.

de novas lógicas, em termos de cidadania e interesses não mercadológicos.¹⁷ Do ponto de vista da diversidade, esta abundância pode resultar, no fim, na clássica situação conhecida como *mais do mesmo* e, em termos de nível de programação, a disputa acirrada, contraditoriamente, pode conduzir ao rebaixamento da qualidade:

A busca da captação rápida do consumidor, já que as dinâmicas de fidelidade deste para com os distribuidores e distribuidores é cada vez mais tênue, tem promovido a expansão de critérios de formatação de produtos de fácil assimilação, o que tem sido chamado, no caso dos mercados televisivos, de popularização das programações.¹⁸

Este parece ter sido o caso do enfrentamento entre Rede Globo e SBT, quando este último ainda lutava pela vice-liderança, chegando, em alguns momentos, a atingir o primeiro lugar, através do programa de Gugu Liberato. Na época, a Rede Globo reagiu à ameaça, que, enfim, jamais se concretizou, com a adoção de estratégias popularescas em alguns programas, buscando fidelizar uma faixa de público que estaria propenso à linha adotada pela rede de Sílvio Santos.

Estratégia diferente tem recorrido a Rede Record, que divide a vice-liderança com o SBT. A emissora decidiu lutar pelo primeiro lugar apostando abertamente na repetição dos estilemas¹⁹ da Globo, entendendo que assim, copiando e buscando fazer melhor, alcance melhores resultados. Os números já dão razão à concorrente da Globo, pelo menos em alguns momentos.²⁰ A disputa com a Rede Record, é, portanto, um parâmetro a mais para avaliar as decisões tomadas pela Globo nos próximos movimentos.

Cenários possíveis na digitalização

Uma das características do advento do controle remoto, e agora mais radicalmente na experiência da digitalização, foi a quebra dos antigos pactos de fidelização da audiência, com esta cada vez mais descomprometida com seus canais preferidos. Mas até mesmo a tendência à popularização das programações (entendida

¹⁷ BRITTOS, Valério Cruz, op. cit., p. 23.

¹⁸ Ibid, p. 24.

¹⁹ Ver conceito de estilema em: HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodore W. **Dialética do Esclarecimento**. São Paulo: Ática, 1975. Ao se debruçarem na produção cultural dos anos de 1930 e 40, os autores denunciam a técnica de produção em série de artigos culturais convertidos em mercadorias, para atender às estratégias do capitalismo, criando supostas necessidades de consumo através da publicidade. Ao trazer uma abordagem dos estilemas para períodos mais atuais, Santos diz que “a indústria cultural encontra na repetição exaustiva de fórmulas, automaticamente esvaziadas do seu conteúdo reflexivo, o seu principal dispositivo de manutenção”. Por isso é possível vender o mesmo produto constantemente, com diferentes roupagens, “um sólido repertório de mais do mesmo”. Ver: SANTOS, Suzy dos, op. cit., p. 22-23.

²⁰ NOVELA da Record dribla Globo e faz gol no placar da audiência. **Folha de S. Paulo**, 1 fev. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u68097.shtml>>. Acesso em: 26 fev. 2007.

aqui no sentido de abaixamento da qualidade técnica dos programas) pode ser revertida pela maior abundância prometida pela TV digital, apesar de que alguns canais devem priorizar a transmissão em alta definição, em detrimento da quantidade de programações exibidas, pois o modelo digital impõe esta limitação.

Assim, desencadeia-se uma relação dialética entre telespectadores/consumidores e as geradoras de programação, otimizada ainda mais pela velocidade e instantaneidade da convergência, que permite respostas e manifestações do público, montagens de pacotes, demandas emergentes e toda uma sorte de iniciativas que pode obrigar as empresas a levar em conta tais demandas, fato jamais registrado na história da televisão brasileira, senão em circunstâncias isoladas e fora de contexto.

Para a realização deste ambiente dialógico no universo da TDT, Bolaño e Brittos assinalam o papel regulador exercido pelo poder público, levantam preocupações e remetem o problema para um âmbito mais abrangente do que o estrito campo da comunicação:

Assim, para que, com base na televisão digital, efetivamente desenvolva-se uma plataforma de convergência, mudanças legislativas deverão necessariamente ocorrer, o que pode se traduzir em democratização efetiva (ampliando, por exemplo, os benefícios da Lei do Cabo para toda a TV) ou, ao contrário, em perda de conquistas, com a implantação de um modelo ultraliberal, em que publicidade e venda direta de produtos ao consumidor se articulem para fazer avançar a mercantilização da cultura e da comunicação sem que se progrida, a não ser nas margens do sistema, na construção de uma esfera pública abrangente, garantindo uma efetiva inclusão digital e social, o que não depende apenas, é claro, da política de comunicação.²¹

Sem deixar de crer no potencial transformador inerente à convergência digital, os autores manifestam pessimismo ao constatarem que as decisões que antecederam esta fase repetiram o histórico modelo de desigualdade praticamente presente em todos os setores da sociedade brasileira, e na comunicação de maneira muito acentuada, privilegiando o que eles chamam de “diálogo com os capitais”. Assim, é preocupante que a tão buscada inclusão social não encontre adesão na sua forma digital, talvez hoje mais importante do que todas as demais. Naturalmente, não se espera dos empresários que respondem pelo mercado ações benevolentes (daí a necessidade de regulamentação) para com a grande parcela da sociedade excluída desde sempre dos produtos televisivos pagos, como a TV fechada. Mas, entre o equilíbrio de seus orçamentos e o atendimento a novas demandas, deve haver alguma variável passível de entrar nessa equação, sem

²¹ BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. Introdução. **A televisão brasileira na era digital**: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007. p. 33-34.

ferir seus lucros e inviabilizar o negócio.

No entanto, o que se vê, na prática, é a demonstração de uma ferrenha defesa de interesses comerciais, de forma tão contundente que, contraditoriamente, pode funcionar como espécie de tiro no próprio pé. Tem sido esta a postura da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), entidade que congrega as operadoras de televisão a pagamento, transformando em cavalos de batalha disputas como a recusa em permitir gratuitamente a instalação do ponto extra ou a resistência em relação à lei que obriga maior conteúdo nacional nos canais por assinatura.

Infelizmente, este tem sido o espírito com que o setor privado, na área das comunicações, empreende seus negócios, entre a constante barganha por isenções e vantagens junto ao poder público, e intransigência na prática dos preços. Enquanto (este setor) ataca as políticas públicas e prega a implantação de um Estado mínimo e ultraliberal, jamais abre mão de uma relação paternalista com o mesmo Estado que dizem pretender moderno e eficiente. Buscasse este segmento a prática de um capitalismo nos moldes em que defende na teoria, mas nega no cotidiano, olharia para o prodigioso mercado de televisão aberta brasileiro, alimentado pelo sexto mercado publicitário mundial, que despeja neste segmento 61,9% dos recursos da publicidade. O mercado de TV aberta do Brasil, totalmente gratuito,²² é um dos maiores do mundo, atingindo mais de 90% dos domicílios. “A programação transmitida aos telespectadores é importante fonte de informação e entretenimento da população brasileira, ao que corresponde uma inegável responsabilidade no que tange à cultura nacional e à própria cidadania”.²³ Considerando que é neste universo onde será instalada a televisão digital terrestre, aberta e gratuita, os capitalistas da comunicação não têm do que reclamar: há mercado demais para ser explorado.

É o potencial deste mercado, a propósito, quem explica o caráter “gratuito” da televisão aberta. As aspas se devem ao questionamento feito por vários autores, que compreendem a relação entre o público e as emissoras como sendo de uma troca, na qual o serviço é remunerado pela atenção dos telespectadores. Desse entendimento resulta um conceito cada vez mais freqüente no interior da Economia Política da Comunicação, o de Economia da atenção, que aborda o papel exercido pela atenção do público (consumidor), do outro lado da equação que envolve a produção de

²² A suposta gratuidade da TV aberta é relativa, como será discutido mais adiante.

²³ MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio; IMASATO, Takeyoshi. Meios de Comunicação de massa e democracia: desafios e oportunidades das novas tecnologias da informação e comunicação. In: Congresso Internacional del CLAD, 12., 2007. *Anais...* Santo Domingo, 2007.

conhecimento pela chamada sociedade da informação. O conceito surgiu a partir da nova realidade criada por uma intensa oferta de conteúdos, funcionando como verdadeiro bombardeio sobre o público, este, por sua vez, cada vez mais obrigado a empreender seleções e escolhas.

Com um mercado tão abarrotado de produtores de conteúdos, não surpreende que uma das conseqüências seja a dispersão do consumidor, com alterações de posições clássicas, vigentes até então no mercado de comunicação. É o caso do mercado brasileiro de televisão aberta, que segue sendo hegemônico dentre as demais mídias, mas cada vez mais afetado pelos setores emergentes:

Inabalável até a virada do século, a hegemonia exercida pelas cinco redes nacionais de televisão e seus grupos afiliados encontrou um adversário de peso viabilizado pela digitalização do setor de telecomunicações e de mídia em nível mundial. A entrada em cena dos grandes conglomerados internacionais de comunicação e de telecomunicações – proporcionada pela alteração constitucional que permitiu o controle total ou parcial desses setores por sócios estrangeiros – e o surgimento de novas mídias vêm transformando substancialmente o modelo de financiamento do mercado de comunicações.²⁴

As mídias geradas das tecnologias de informação e comunicação (TICs) promovem, desde já, um rearranjo nas posições de mercado: “Com exceção da televisão, que quase dobrou seu faturamento, os demais meios perderam espaço, nos seis últimos anos”.²⁵ Se no campo econômico este se apresenta como mais revigorado setor do capitalismo contemporâneo, por outro lado o tecido social também deverá ser reinventado na nova configuração: “Tornam-se as novas tecnologias, como a televisão digital, estruturadoras das redes difusoras da cultura global, ordenadoras de novas sociabilidades, adequadas à reestruturação capitalista atual”.²⁶ Também o campo jurídico-político requer novo ordenamento legal:

Os sistemas de comunicação, que permitem exercer as liberdades de palavra e de expressão, mudam velozmente como conseqüência da constante incorporação tecnológica. Isso provoca a obsolescência dos métodos de regulação e controle: as normas ficam disfuncionais e muitas vezes se transformam em obstáculos para o exercício efetivo dos direitos.²⁷

O encadeamento dos pontos de vista explicitados servem para assinalar

²⁴ GÖRGEN, James. Apontamentos sobre a regulação dos sistemas e mercados de comunicação no Brasil. In: SARAVIA, Enrique; MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna (Orgs.). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008. p. 197-221. p. 212-213.

²⁵ GÖRGEN, James, op. cit., p. 213.

²⁶ BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz, op. cit., p. 60.

²⁷ SARAVIA, Enrique. O novo papel regulatório do Estado e suas conseqüências na mídia. _____ ; MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna (Orgs.). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008. p. 59-69. p. 68.

mudanças inevitáveis no cenário das TICs, ou da convergência digital, termo que abriga amplamente as possibilidades tecnológicas, portanto, mais adequado aos propósitos desse trabalho, voltado para a perspectiva dos direitos do cidadão, notadamente no campo da comunicação, do acesso à informação e aos benefícios da civilização. As possibilidades de interação previstas no novo padrão tecnológico devem, pois, servir de emancipação dos grandes contingentes, historicamente excluídos em cada uma das etapas anteriores, tendência que prevaleceu e até foi reforçada ao longo do capitalismo. Assim, em vez de manter no ambiente de convergência o forte desequilíbrio que, no Brasil, ganha feições ainda mais graves, deve radicalizar seu potencial transformador para a construção de uma esfera pública mais ampla e democrática do que as anteriores.

Com relação à TV digital terrestre, esta tem sido, dentre as várias mídias presentes no cenário de convergência, a que tem alimentado mais esperanças de uma emancipação do telespectador da televisão aberta, acostumado durante décadas a uma relação verticalizada, imposta pela lógica do mercado sem canal de retorno, monólogo que durante anos pasteurizou as programações dos canais. Mesmo com a TDT oficialmente implantada, ainda há dúvidas se as redes vão priorizar a transmissão em alta definição ou a multiprogramação, embora a tendência inicialmente manifesta seja pela transmissão em HD. Esta é uma decisão importante, pois significa atender ou não às condições emancipadoras apontadas anteriormente e que, na prática, sinaliza para a perpetuação dos equívocos:

Os executivos das emissoras encaram de maneira completamente distinta a possibilidade de adicionar até três canais, característica da TV digital. As grandes redes já formaram juízo que a multiprogramação é um tiro no pé. Raciocinam que criar canais em paralelo é como gerar concorrentes para si mesmo, diluindo a audiência da emissora original. Com ibope menor, surge o risco de reduzir a receita publicitária, um péssimo negócio. Há quem diga que a multiplicidade de canais só faz sentido nos serviços assinados.²⁸

Ou seja, se os segmentos da sociedade que pugnam pela democratização da comunicação e da informação não conseguirem inscrever na atual agenda da nova esfera pública midiática demandas que invertam a lógica que rege a televisão, priorizando mais o serviço público e menos os interesses do mercado, a plataforma digital já começará sua história carregando os mesmos vícios.

Interatividade e participação

Não foram os poucos os entusiastas (os integrados de hoje, para trazer Umberto

²⁸ COSTA, Humberto. Divisor de águas. **Tela Viva**, São Paulo, n. 182, p. 46, maio 2008.

Eco²⁹ à discussão) que enxergaram nas novas tecnologias as condições para uma nova ordem na comunicação. A rigor, as possibilidades idealmente existem e, em certa medida, têm permitido avanços significativos, mas longe de representar a redenção de todos os sem-vozes que assistiram historicamente ao triunfo das grandes firmas comunicacionais em pleno exercício de seu monólogo com os públicos. Passada a euforia inicial, o quadro indica uma conservação das posições hegemônicas no universo da convergência digital, numa espécie de refeudalização dos espaços. A ver:

Neste campo, a promessa de múltiplos serviços ainda não evoluiu da idéia de interação até então vigente nos canais abertos: a possibilidade de opinar, por telefone, em assuntos triviais demandados nos programas de entretenimento. Efetivamente, a interação contida no marco regulatório da TDT é ainda um capítulo insondável.³⁰

Implantada já a TDT no país, o nível de interatividade permanece o mesmo, funcionando para a jogatina patrocinada por canais como o SBT e Rede TV!, ou as intervenções por telefone nos programas da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) na Record. Na Rede Globo, o internauta “participa” com comentários e perguntas durante as transmissões de futebol ou o telespectador elege por telefone os eliminados do *Big Brother Brasil (BBB)* e escolhe os craque e bola murcha do *Fantástico*. De uma forma caricaturesca, os canais desgastam e esvaziam a importante instituição do canal de retorno, elemento fundamental ao estabelecimento do debate público, ou melhor, de um limitado canal de interação. Se a antiga esfera pública, que tinha lugar na praça, foi substituída por sua dimensão midiática, não seria demais exigir efetiva participação, a fim de que os meios de comunicação, hoje responsáveis em grande parte pela formação das identidades, não esbarrem em farsa. Entretanto, as visões são pessimistas, como no questionamento de Wolton:

Até onde podem publicizar-se e discutir-se contraditoriamente os assuntos da cidade? Até onde as dificuldades de racionalização, e necessariamente de politização, indispensáveis para uma discussão coletiva de problemas de natureza diferente são compatíveis com a complexidade social e cultural?³¹

Mesmo os sites de empresas jornalísticas mantêm-se imunes à participação de leitores, negando esta possibilidade na maioria das instâncias, salvo exemplos pontuais, a exemplo dos portais (Universo On Line) UOL, Terra, “Folha de S. Paulo”, “Estado de S. Paulo” etc.

²⁹ ECO, Humberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1970. p. 40.

³⁰ CORREIA DOS SANTOS, Luciano. A TV digital ainda não chegou. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 13, 2008. **Anais ...** Pelotas : Regiocom, 2008. 1 CD. p. 7. p. 1.

³¹ WOLTON, Dominique, op. cit., p. 164.

A nova televisão

Mais impactos mesmo do que o surgimento da internet, a digitalização deve pulverizar antigos conceitos com mais radicalidade ainda, afinal, é a própria mudança de paradigma técnico que é introduzida, cumprindo aquela fase denominada por Schumpeter como destruição criadora. A conversão de vários tipos de informação em código binário, base científica da digitalização, instala-se a convergência de meios, cuja maior e principal consequência é a supressão dos suportes específicos. É deste novo contexto que se busca sondar a presença da televisão, ou daquela idéia clássica que nominava este meio. Os impactos vão além das questões de mercado, de sua estrutura técnica ou dos conteúdos produzidos: dizem respeito à própria existência física como tal e se a nova configuração do meio guarda semelhanças com o conceito histórico de televisão.

O período estipulado para a pesquisa de que trata essa tese, confrontado com a velocidade das transformações ocorridas no setor ao qual se dirige, cria naturalmente riscos de envelhecimento precoce de algumas idéias aqui expostas. Daí a necessidade de não ater-se ao detalhamento de inovações pontuais, cujos tempos de vida, a partir dos anos de 1970, são cada vez mais encurtados. Novidades se sucedem a um ritmo frenético, criando para a era da modernidade o mal estar da obsolescência das coisas e das pessoas: um computador já sai da loja defasado e o futuro conserto será a substituição por outro. Da mesma forma, trabalhadores que não manejam as ferramentas tecnológicas são progressivamente postos de lado.

É neste cenário *orwelliano*³² que o aparelho televisor, íntimo das famílias desde os anos 50, perde aquelas características pelas quais tornou-se popular, qual seja, propiciar a assistência da própria programação da TV e depois ao videocassete e DVD. A nova tela que surge no ambiente digital será regido pela função de convergência, a exemplo do que ocorrerá com todas as demais telas conhecidas: do computador, telefone celular, videogame e as novas gerações de iPods, MPs e tantos quantos estiverem sendo concebidos neste momento. Os MPs, que começaram com a numeração 3, em meados de 2009 já alcançam a geração 9 ou 10, mas é mesmo improvável que nome levará até a conclusão desta pesquisa. Dito isso, a questão que se põe é imaginar porque ele se chamaria MP10 ou 11 ou o que seja, e não iPod, celular, palm top etc, se

³² Jornalista e escritor britânico (1903-1950), autor, dentre outros, do livro “1984”, ficção científica escrita em 1949, no qual o autor preconiza um mundo dominado pelas máquinas e sob forte vigilância de um líder chamado Grande Irmão, cujos moldes de espionagem emprestaram o nome ao *reality show* “Big Brother”.

suas atividades fins serão praticamente as mesmas.

Os mesmos motivos servem para questionar se restarão razões para chamar de televisão aquela que um dia efetivamente o foi, só que agora cumprindo múltiplas finalidades, inclusive a(s) antiga(s). E ainda: torna-se difícil garantir uma distinção deste meio para a tela de um PC (*Personal Computer*) ligado à internet, também com suas múltiplas atividades, inclusive a de “transmitir” conteúdos idênticos aos da TV. No cenário digital, não são somente as especificidades de cada suporte que desaparecem, mas, num passo seguinte, a própria idéia de internet perderia o sentido: como tudo estará conectado e as pessoas farão uso diário desses acessos, a materialidade do nome internet estará implícito e não mais explícito.

No caso da TV, a digitalização será uma espécie de auto-estrada:

Televisão no celular. Televisão pela linha telefônica. Pela internet. Pela tomada de energia elétrica. Pela rede sem fio WiMax. No iPod. No computador. No carro, no trem, no barco e no metrô. Por todas as redes, em qualquer lugar em todos os dispositivos. Não é o sonho de milhões de espectadores? Talvez. Para as emissoras, no entanto, a convergência parece mais um pesadelo. Em um cenário em que operadoras e empresas de internet distribuem vídeo, as empresas de TV correm o risco de perder o contato com os espectadores, e já não têm o que vender para quem quer anunciar. Ou seja, ficam sem sua única fonte de receita.³³

O principal problema para as TVs abertas deve ser o fim da concepção de grade de programação. Não que os canais deixem de transmitir sua programação em fluxo, intercalada por intervalos comerciais e hierarquizada conforme as maiores audiências, mas o dispositivo digital, que mais cedo ou mais tarde será uma realidade na maioria dos lares, permite o usuário dispor dos programas individualmente, como módulos, capturados para serem vistos ao gosto do freguês. Este serviço já era disponível desde o início dos anos 2000 na operadora de TV paga Sky, por satélite, pela tecnologia DTH (*Direct To Home*), o Sky +. Nos anúncios do pacote com o serviço, enfatizavam-se as vantagens de parar uma transmissão para que o assinante fosse ao banheiro ou à geladeira, sem prejuízo da continuidade do programa assistido, além da possibilidade de ver o programa preferido na hora desejada.

Na televisão digital terrestre os canais podem optar por só disponibilizar os programas após sua primeira exibição na programação em fluxo, mas, mesmo assim, muitos telespectadores devem consumir outras formas de ver TV. Neste caso, a publicidade pode ser “colada” na abertura e/ou encerramento desses programas, como

³³ CRUZ, Renato. **TV digital no Brasil: tecnologia versus política**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2008. p. 56-57.

também ser inserida no conteúdo sob a forma de merchandising. A ampliação das opções do telespectador também pode alterar a hierarquia que configura os horários nobres (manhã cedo, meio dia e entorno e noite, das 18 às 22 horas), que até então concentrava nesses períodos as principais atrações de cada emissora.

A nova configuração do espaço público, dominado pela mídia, tem na televisão a figura central, pela forma como ela se desenvolveu, especialmente no Brasil, e a extraordinária capacidade de penetração em todos os segmentos sociais. A TV é, assim, o catalisador de várias interações na esfera pública, cumprindo, ao mesmo tempo, as finalidades do mercado e a necessidade de oferta.

Conclusão

A cansada expressão neoliberalismo, para além da redundância em si, traz como problema mais grave a ressurreição de um modelo de funcionamento da sociedade que pretendia-se superado, nada além do velho liberalismo dos séculos XVII e XVIII que irrompe no século XX com a reivindicação de modernidade de governos como os de Margaret Thatcher (Inglaterra) e Ronald Reagan (Estados Unidos). Seus pilares principais, como a defesa do livre mercado e do estado mínimo, se nunca foram mantidos sem contradições, fracassam na crise de 2008, quando os governos são instados a socorrerem o caixa de empresas privadas com dinheiro público. Embora seja ainda muito cedo para imaginar cenários futuros, é possível que outras lógicas passem a reger questões fundamentais como a economia, a política e, evidentemente, a comunicação.

A emergência de governos com perfil de esquerda e a própria eleição de Barack Obama nos Estados Unidos sugerem uma nova ambiência nas disputas no interior deste espaço público midiático, mesmo que conservando desigualdades e interesses capitalistas, mas acusando a força de movimentos emergentes. Sem deixar de notar a precariedade na radicalização democrática deste espaço, não há como negar as possibilidades criadas pelos avanços tecnológicos, cujas brechas mostram que algumas mudanças são e têm sido possíveis.