

Por uma nova economia do audiovisual

Alexandre Kieling¹

Resumo

Diante da implantação de novos sistemas tecnológicos de distribuição dos sinais de sons e imagens, o Brasil aproxima-se de uma oportunidade para promover um rearranjo na sua área de audiovisual. Todavia essa perspectiva demanda uma abordagem de economia em cadeia de complementaridade e harmonia que, por sua vez, desafiam os setores públicos e privados no alinhamento conjunto com vistas à formulação de políticas que incluam a televisão na dimensão das políticas sociais e culturais do país.

Palavras chave: TV digital; Economia do audiovisual; Cadeia de conteúdo.

Abstract

Up against of introduce a new distribution technologic system of the sons and image signals the Brazil approach an opportunity for to promote a better arrangement at audiovisual area. However this perspective demands an approach to range economy of complementary and harmonic that challenge the public and private sector on the line up of the politics formulation that include the television on the dimension social and cultural politics of the country.

Keywords: Digital TV; audiovisual economy.

Resumen

Antes de la implementación de nuevos sistemas tecnológicos a la distribución de señales de sonidos e imágenes, Brasil se pone cerca de una oportunidad a la promoción de una reorganización de su área de audiovisuales. Sin embargo, esta perspectiva requiere un enfoque de complementariedad económica y de armonía del sector que, a su vez, representa un desafío de los sectores público y privado en la alineación con miras a la formulación de políticas que incluyen la televisión en la dimensión de las políticas sociales y culturales del país.

Palabras clave - La TV digital. Economía audiovisual. Cadena de contenido.

Introdução

Experimentamos um processo de transição entre os sistemas analógicos e os sistemas digitais. Um fenômeno que ocupa a sociedade planetária e que transcende a dimensão tecnológica. A digitalização impacta várias dimensões da civilização contemporânea, da economia à estrutura sociocultural. Um processo complexo diante do qual não cabe uma observação parcial como a

¹ Alexandre Kieling, doutor em comunicação, é professor do programa de Mestrado da Universidade Católica de Brasília.

perspectiva da globalização ou da mundialização nas quais a infraestrutura dos meios de comunicação tem papel integrador das dinâmicas que movem estes macrossistemas. A mobilização de diversos campos (tecnologia, economia, político, social, cultural) requer uma apropriação de noções tais como de Edgar Morin (2003) segundo a qual esse processo envolve a sociedade da comunicação, a sociedade da informação e a sociedade do conhecimento numa dimensão na qual todas se imbricam, sobretudo, a partir da compreensão. Esta última, na visão do pensador francês, sujeita às lógicas sociais, políticas, existenciais e, incluíamos, culturais.

A nova ordem tecnológica (CASTRO e BARBOSA, 2008) resulta de três grandes transformações que a ciência e a tecnologia produziram no século XX. Tratam-se da tecnologia nuclear, das tecnologias da comunicação e informação e da biotecnologia que implicaram em conhecimento da natureza, do corpo e da mente. Para Eduardo Vizer (2004) a conjunção entre informática, telemática e biotecnologia, nanotecnologia e digitalização imprimiu tanto uma realidade quanto um imaginário social que por, sua vez, produziram transformações humanas que incluem operar a informação, a manipulação estratégica e os processos físicos, sociais e mentais à distância.

O mundo digital que se configura sugere ainda um cenário de convergência das mídias, o que fez Jesús Martin-Barbero (2004) destacar que se vive uma reconfiguração das mediações. Circunstâncias que demandam uma nova compreensão destas variáveis e, em consequência, um esforço na formação de competências capazes de responder ao desafio que se impõe com este fenômeno midiático, tensionado pelas lógicas econômica, política, tecnológica e social, as quais, como já dito, imbricam-se como algo conjunto.

Percebe-se assim um fenômeno com repercussão equivalente ao que instituiu as sociedades industriais midiáticas (VERÓN, 2004) observadas no século XIX, com o progresso da imprensa escrita e o posterior surgimento do rádio e TV (século XX). Ou na constituição da sociedade midiaticizada (SODRÉ, 2006) com a evolução das mídias eletrônicas incrementadas no pós-guerra. Trata-se de um fenômeno que nos convoca a um pensamento de transversalidade no qual comunicação, informação e conhecimento constituem

um macroprocesso.

A digitalização por si já mobiliza três naturezas de dispositivos que são os tecnológicos (meios), semio-discursivos (códigos, linguagens) e socioculturais (indivíduo e coletivo). Se pensada a partir dos processos comunicacionais, é verificável uma reconfiguração das dinâmicas de produção, circulação e consumo. Nas ambiências midiáticas (KIELING, 2009) geradas pela convergência de meios (TV, Rádio, Cinema, Internet e Telefone) as relações entre produtor e receptor ganham novos estatutos de autonomia e poder tanto na autoria dos conteúdos quanto na escolha pelas formas de leitura.

Desta maneira, quando acompanhamos, por exemplo, a implantação da TV digital no Brasil², que oferece possibilidades dessa construção, podemos observar que não se trata apenas da opção pela alta definição (HD) que assegura melhor qualidade de imagem, ou pelo *dolby* que oferece áudio estéreo, ou ainda pela monocalização ou multicanalização que otimiza (ou não) o espectro de radiofrequência. Ou mesmo a adoção de uma interatividade local (relação do telespectador, agora usuário, com a máquina – um aparelho sofisticado de recepção, armazenamento e navegação por aplicativos pré-programados da TV) ou de uma interatividade *on line* (aplicativos de troca de mensagens, conteúdos e mesmo conversação entre os telespectadores internautas e as operadoras de cabo, satélite, redes de telefonia e mesmo as emissoras) que pode criar novos produtos.

A digitalização da TV, uma mídia que abrange mais de 95,7% dos domicílios Brasileiros, segundo dados do PNAD/IBGE de 2009, apresenta perspectivas para um novo paradigma das relações sociais, do ingresso de novos atores na economia do audiovisual e das indústrias de conteúdos e criativas e de novas formas de produção e difusão do conhecimento. A

² **BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Decreto 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: 28 Set. 2010.

capilaridade da radiodifusão de sons e imagens ainda possibilita um processo de inclusão social por meio da inclusão digital. A familiaridade da população em geral com a televisão constitui-se um facilitador para a alfabetização digital em escala.

Nesse sentido, o processo em curso apresenta uma ordem de demandas emergentes e urgentes no campo da economia (acomodação de novos atores, novos modelos de negócios e sustentabilidade), da política (marco regulatório, novas relações de poder), do social (novas sociabilidades, autonomia de consumo e produção) e do cultural (novos hábitos, democratização do acesso e da expressão).

Ao longo das discussões sobre as perspectivas possíveis a partir da implantação da TV digital no país, sempre defendemos uma política do audiovisual brasileiro como um todo. Partimos das premissas de comunicação como processo de relações humanas (não apenas um sistema fechado de produção e difusão, uma noção redutora de dispositivo que enforma e enquadra os processos comunicacionais, mas uma dinâmica de intersecção com os sistemas abertos de significação e produção de sentido)³ no qual a função social do sistema, articulada com uma visão de cadeia produtiva, deve estruturar uma economia audiovisual com vistas à sustentabilidade de todos os atores.

Essa noção mostra que a função social do sistema de comunicação de massa tende a promover uma reconfiguração política do setor. Impõem-se uma pressão sobre os objetivos desse serviço, particularmente da radiodifusão, no sentido de atender às finalidades de sua natureza (em boa parte, descritas conceitualmente pela constituição e 1988):

- a) constitucional – socialização dos bens culturais, democratização da informação, difusão do conhecimento, cidadania;
- b) mercado – acesso ao entretenimento e ao lazer;

³ Alinhamo-nos a teoria da comunicação, sobretudo na noção de Verón, que entende a relação entre produtor e receptor como sujeitos do ato comunicacional numa dimensão de reconhecimento e circulação de sentido, distinta da teoria da informação que privilegia o meio enquanto sistema de emissão, transmissão e recepção. E ainda incorporamos nosso postulado de Mídiosfera (KIELING, 2009) no qual sistemas fechados de produção operam em conjunto com os sistemas abertos de significação de sentido constituindo uma ambiência midiática na qual sujeitos da comunicação de produção e recepção atuam.

- c) sociedade – espaço público, visibilidade, agendamento, troca simbólica, poder.

Uma dimensão da comunicação eletrônica de massas na linha do pensamento de Dominique Wolton (1990), que entende este meio, sobretudo nas emissoras generalistas, como democrático e de promoção da cultura de massa em oposição às elites culturais. Todavia, para Wolton, essa dimensão da comunicação não se ocuparia apenas da conciliação entre os indivíduos ou da promoção do coletivo, mas, sobretudo, pela gestão das diferenças, da alteridade. O autor postula que a comunicação não deve ser compreendida apenas a partir das lógicas da tecnologia (performance), da economia (um mercado em plena expansão), mas também a partir do seu valor no nosso patrimônio cultural. Ou seja, nos seria indissociável pensar o normativo e o funcional no âmbito de suas contradições e seu paradoxo. Nessa perspectiva, o presente artigo se propõe a um exercício de reflexão de caráter propositivo com vistas às perspectivas que a digitalização apresenta articulados a partir de uma aproximação entre a economia política e os estudos culturais em comunicação.

A Dívida da TV Brasileira

Se olharmos a história da TV Brasileira, podemos observar que até aqui nosso sistema de comunicação eletrônica tem sido muito bem sucedido no que se refere à função “b” e, em parte, tem explorado, competentemente, no que diz respeito à função “c”. Dito de outra forma, trabalha a dinâmica do mercado (tecnologia e economia) e promove parcialmente a dimensão cultural (bem mais na esfera política que na produção de acervo e de arte, salvo projetos pontuais). De outra parte, não tem dado conta da função “a” que se insere numa dimensão pública (curiosamente, a de maior compromisso com a sociedade) e que daria maior consistência à perspectiva democrática de Wolton. O caso brasileiro, diferentemente da radiodifusão européia constituída a partir de redes públicas, é marcado pelas características de um segmento privado predominante que, por natureza, privilegia lógicas de mercado

naturalmente focadas nos resultados econômicos cujo indicador ainda é o índice de audiência.

Uma publicação francesa intitulada *L'Etudiant* (o estudante)⁴ destinada à formação de profissionais do audiovisual diz que hoje “a TV é puramente uma máquina financeira, quase industrial de divertir todos os dias, de informar um pouco e de educar raramente”(2007, p.10). Ou seja, o legado da TV enquanto agente econômico do mercado e da indústria audiovisual não é mais uma particularidade brasileira, ou americana que nos deu origem, mas também já ocupa o panorama dos países europeus, especialmente na França, em revanche à sua matriz como instituições públicas.

Os franceses ainda dispõem de uma invejável rede pública com cinco canais desde os generalistas aos especializados (cultura, jovem e internacional, o que de alguma maneira atende a perspectiva “a” descrita acima). Canais que além da arrecadação de uma taxa anual do telespectador podiam vender espaço publicitário como as emissoras comerciais (uma prerrogativa que o atual governo do país eliminou em janeiro de 2009)⁵ o que promovia um certo equilíbrio entre os sistemas público e privado da radiodifusão. É nesse cenário que Wolton vive e analisa. Todavia, a tendência ao privado e, portanto, às lógicas mercadológicas apontam, tristemente, para uma inversão na história da radiodifusão francesa.

Com a perspectiva de novos canais, sobretudo dos públicos, o Brasil, felizmente, pode fazer o caminho inverso, na direção do equilíbrio entre público e privado e, enfim, resgatar os preceitos da perspectiva “a”, resgatando a dívida da radiodifusão com a sociedade. A digitalização da TV traz consigo a oportunidade de podermos ter nossa diversidade, novas ambiências de relacionamento, de promover a revisão dos pactos sociais mediados pela mídia, novos atores, a inclusão no mundo digital e, naturalmente, divisão de poder. Possivelmente, reunindo as condições que nos conduziram a perspectiva entendida por Wolton da boa gestão da diferença e da alteridade.

⁴ L'Etudiant é uma guia de orientações à estudantes franceses sobre profissões e escolas de formação. A citação refere-se a edição “ Les métiers de la télévision” escrita por Véronique Trouillet, 2007.

⁵ O governo Sarkozy em 5 de janeiro de 2009 retirou toda publicidade nos canais públicos.

O lugar de convivência entre o normativo (mediação pela tecnologia) e funcional (mediação pela cultura). A própria cadeia produtiva que se possibilita com a digitalização tende a promover um redesenho do mercado. Além das emissoras e da indústria, o novo cenário demanda outros produtores de conteúdo (independentes, experimentais e mesmo pesquisa de formatos).

De sua parte as instituições de pesquisa são chamadas a um lugar nessa cadeia (seja na formação de recursos humanos ou mesmo no desenvolvimento de aplicações de conteúdo) e os telespectadores podem passar a ação protagonista fortalecendo o conceito de contribuição. Uma dinâmica que abre espaço para o ingresso de novos agentes econômicos e novas formas de financiamento. É o caso do operador de rede, infraestrutura que permite o compartilhamento das tecnologias de distribuição dos sinais como torres, antenas e equipamentos de transmissão⁶. Ou o ingresso de atores de cacife investidor como as empresa de telefonia, já uma realidade na Europa e em curso no Brasil. Em que se pesem as preocupações pertinentes de Bolaño e Brittos (2007) quanto às articulações da radiodifusão comercial em evitar o ingresso dos novos atores, acredita-se que as dinâmicas do próprio mercado estão induzindo, a revelia até mesmo do Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital e da própria regulação do Congresso, a um novo arranjo.⁷

Se pensarmos que a digitalização, pelas novas dinâmicas que introduz nas lógicas de produção, distribuição e consumo, incorpora tecnologias como o middleware Ginga⁸ que permitem interatividade, ou a mobilidade e a

⁶ No Brasil o sistema público se encaminha para a adoção do operador de rede e mesmo os radiodifusores privados que inicialmente rechaçavam essa possibilidade começam a reconsiderar.

⁷ A oferta do serviço de TV pela Oi no Rio de Janeiro, pela Telefônica em São Paulo e pela Embratel em Brasília através das aquisições de serviços já existentes ou do pedido de licença para transmissão em satélite já são indícios desta tendência. Sem falar na PEC 29 em tramitação no Congresso Nacional que pode liberar a rede de telefonia fixa para distribuir conteúdos de TV.

⁸ Conforme definição no site organizado pelo grupo de desenvolvedores da tecnologia - <http://www.ginga.org.br/> (acesso em 12/08/2009) - "Ginga é o nome do Middleware Aberto do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD)". O Ginga é subdividido em dois subsistemas principais interligados, o Ginga-J (para aplicações procedurais [Java](#)) e Ginga-NCL (para aplicações declarativas [NCL](#)). Entenda-se como procedural a linguagem na qual o sistema dispõe de todos os algoritmos que prevêm cada passo a ser executado permitindo ao programador estabelecer todo o fluxo de controle e execução do programa. E declarativo como a linguagem que descreve para o sistema o conjunto das tarefas que devem ser executadas sem se preocupar como serão implementadas. No caso do Ginga (desenvolvido por

convergência, vamos perceber na instância de recepção um sujeito que transcende as noções de audiência, consumidor e mesmo usuário. Esse cenário configurado numa Mídiosfera (KIELING, 2009), uma ambiência midiática onde é facultado aos sujeitos produtores e receptores promoverem processos conjuntos de produção, publicação e leitura, constitui uma nova ordem (tecnológica permeada pelas questões econômicas, sociais, culturais, educativas e comportamentais, conforme CASTRO, 2008) que oferece e, ao mesmo tempo, demanda novas lógicas de realização.

Arranjo Produtivo

O decreto, que implanta o sistema e opta por uma a tecnologia nipo-brasileira, institui os canais públicos que ganharam seu desenho através do fórum das emissoras públicas, mas que se materializa através de um projeto do governo federal com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (que promove uma fusão da Radiobrás e TVE RJ para dar lugar a TV Brasil). Essa abertura por si já inaugura a dinâmica de novos atores e novos papéis. Hoje contamos no campo público com emissoras educativas vinculadas aos governos federal e estadual, às instituições de ensino, às instituições religiosas e outras mantidas por fundações com um perfil híbrido (empresas privadas, agentes políticos, filantropias, etc.). Na cabodifusão contamos com uma rede de canais públicos (que produzem com pouco recurso) de TVs Universitárias, Comunitárias, Legislativas e Judiciárias que formam um leque de atores que também pleiteiam lugar no espectro da TV Aberta Digital.

pesquisadores da PUC do Rio de Janeiro e pela Universidade Federal da Paraíba) o sub-sistema declarativo (Ginga - NCL) visa promover a infra-estrutura de apresentação para as aplicações, com facilidades para interatividade, adaptabilidade e como suporte de múltiplos dispositivos e programas ao vivo. Enquanto que o procedural (Ginga - Java) é uma infra-estrutura de execução de aplicações especificamente voltadas para a TV. Grosso modo é possível entender que o Ginga-NCL incorpora códigos de processamento para aplicações de interatividade com bom desempenho em IPTV, telefonia móvel e aplicações de curto prazo na TV Aberta. Enquanto que o Ginga-J, que incorpora a linguagem Java, tem capacidade de suportar aplicações interativas na TV mais robustas de longo prazo.

Não se pretende retomar aqui o conceito de radiodifusão pública já suficientemente debatido⁹, o que nos importa é que existe uma estrutura singular de produção de conteúdo alternativo no campo público que oferece uma capacidade de reconfiguração da economia do audiovisual brasileiro. Uma ação organizada em forma de arranjo produtivo integrando todos os segmentos preservando seus papéis e sua autonomia, permitiria uma articulação de todos numa cadeia que poderia operar em rede de cooperação tanto nacional quanto regional e local. O princípio do “cluster” introduzido por Michael Porter (cacho de uva - na perspectiva de arranjos econômicos locais)¹⁰ permitiria o compartilhamento de recursos, infraestrutura e ao mesmo tempo preservar identidades próprias, a diversidade cultural e estética.

No campo público, poderíamos contar com uma grande Rede Brasil, tal qual deseja o atual governo, cumprindo um papel ao mesmo tempo generalista e segmentado de produção em contraponto à produção das emissoras privadas focadas unicamente no resultado econômico e no caso das segmentadas explorando predominantemente conteúdos estrangeiros¹¹. De tal sorte, estimularíamos a consolidação das outras emissoras efetivamente públicas e, sobretudo, incorporando no sistema aberto o que se dá hoje no cabo: universitárias, comunitárias, legislativas e judiciárias. Cada qual cumpriria sua função segmentada, mas que poderia produzir conteúdos para a grande rede e em questões públicas estratégicas (campanhas de saúde, projetos de educação, cultura, interatividade, conectividade, inclusão digital). Essa ligação permitira ainda compartilhar recursos financeiros, logística de manutenção de equipamentos e aquisições em escala o que reduziria custos de investimento e custos operacionais. E, enfim, viabilizaria uma política de produção audiovisual brasileira, incluindo produtores independentes, de todo o tipo de gênero

⁹ Acolhe-se a tese de que o sistema público diz respeito às questões de Estado ou do coletivo social, em nada se aproximando às questões de governo que dizem respeito aos mandatários e seus projetos executivos.

¹⁰ Michael Porter, criador o conceito de cluster defende a idéia como um arranjo de forças econômicas numa rede produtiva que otimiza custos com o compartilhamento de recursos e a distribuição sistêmica da produção na cadeia. Na edição de Nov/Dez 1998, da revista de Gestão de Haward, o autor sustenta que esses ambientes são fundamentais para o surgimento de novos empreendedores e empresas.

¹¹ O Congresso Nacional discute atualmente uma PL de autoria do Deputado Jacó Bittar (PT) que prevê a criação de contas para a produção de conteúdo nacional na Tv paga com objetivo de reagir a produção estrangeira e estimular a produção de conteúdo independente brasileiro.

ficcional e não ficcional. Multiplicando-se assim o olhar sobre a realidade brasileira¹². Igual desenho e propósito podem também ser pensados entre o setor privado, as universidades e as produtoras independentes.

O teórico latino-americano Jesús Martín-Barbero tem dito que a televisão (como todas as tecnologias de comunicação contemporâneas) representa uma nova maneira de “relacionamento entre os processos simbólicos” (Martín-Barbero, 2002). Ou seja, é uma nova forma de “construção do imaginário social e cultural”. Ao mesmo tempo em que promove uma interação veloz entre as culturas pode impactar na diversidade gerando uma visão unicamente global e com uma forte tendência homogênea que precisar ser revertida.

Uma reação em favor das exigências cidadãos de informação e cultura seria a produção de audiovisual nacional, regional e local de qualidade. O presente momento de reconfiguração através do arranjo produtivo se mostra mais do que oportuno, é estratégico para o país. Ou, como defende o próprio Martín-Barbero, para a América Latina. O recente Plano Nacional de Banda Larga no Brasil, que pretende disseminar o acesso à rede em todas as escolas do país, o e o ambicioso projeto da Sociedade da Informação Latino Americana de do Caribe¹³ por uma mobilização estratégica de estímulo a produção de conteúdos digitais já se mostram sinais importantes nessa direção.

Sustentabilidade

Grande parte do sucesso de um arranjo produtivo deste porte vai depender da financiabilidade. As formas de sustentabilidade devem e tem que mudar. Hoje temos no setor privado as empresas comerciais como o modelo

¹² O governo Lula tem trabalhado nessa direção através do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) com o Protdv programa que tem um orçamento de R\$ 1 bilhão destinado a estimular: a) o desenvolvimento de TICs (tecnológicas de informação e comunicação) numa aproximação entre a indústria de equipamentos e componentes eletrônicos e os centros de pesquisa; b) a emissoras de tv para a digitalização dos parques de produção, distribuição e transmissão; c) produção de conteúdo em parceria com produtoras independentes, setembro 2007, p. 91-101 <http://www.ibict.br/liinc>

¹³ Ver detalhes em CASTRO, Cosette. **Relatório Sobre Industrias de Contenidos em Latinoamérica y Caribe**. (CEPAL, Chile), 2008.

de negócios baseado na venda de mídia (espaço comercial), as vinculadas aos governos com o modelo baseado no orçamento do tesouro e as demais públicas restritas ao modelo de prestação de serviço ou baseadas no lastro dos mantenedores. Essas duas últimas ainda recorrem ao limitado modelo de apoio cultural por meio das leis de incentivo que não são suficientes para bancar custos fixos do negócio.

Novos modelos de negócios e serviços vão demandar novas formas de sustentabilidade como a destinação de um percentual das verbas publicitárias públicas para o modelo público, ou o incentivo fiscal para a pessoa física e jurídica que investir em projetos educativos ou comunitários. Inclua-se também o financiamento privado na à produção independente. O fato é que se impõe a demanda por novos paradigmas de realização como as produções associadas, e mais, por uma descentralização da realização, financiamento de pesquisa de conteúdo, tanto pelas emissoras comerciais quanto por um possível organismo público. Uma ação que articule as relações entre todos os atores junto às emissoras universitárias, comunitárias e produtoras independentes num movimento de formação desse arranjo produtivo através de redes de cooperação, redimensionando a economia do setor, gerando emprego e outras formas de receita como royalties com a exportação de conteúdo e tecnologia de produção. Não esqueçamos que o sistema brasileiro de transmissão digital está sendo incorporado por diversos países.

Pensando no exemplo do setor público, que vem sendo discutido no Brasil, uma articulação da rede nacional com TVs Universitárias e comunitárias viabilizaria, como já dito, uma estrutura de produção robusta e com possibilidades de produção de conteúdo com diversidade e pesquisa de gêneros e formatos.

Seguramente, não escaparemos da criação de um fundo de financiamento e fomento do setor e de um órgão de gestão do segmento público e de uma instituição que regule e aglutine todo o setor através de políticas e de articulação da cadeia produtiva envolvendo organizações públicas e privadas. A contrapartida será o alinhamento com o princípio constitucional de promoção da diversidade cultural brasileira, do respeito ao

cidadão, do tratamento do telespectador como co-agente discursivo e das liberdades individuais de pensamento e expressão.

Na França, o INA - Instituto Nacional do Audiovisual cumpre, em parte, essa função que inclui a lei de acervo (toda a emissora é obrigada a recolher uma cópia de sua programação para o arquivo nacional) e de pesquisa que trabalha com investigações de formatos, políticas, econômicas e de análise estética e crítica. Lá todos os operadores do serviço de sons e imagens, produtores, distribuidores, exibidores, infraestrutura (isto é, radiodifusão, cabo, telefonia, independentes, exibidoras) se reúnem no INA e se envolvem no esforço conjunto de busca por uma operação mercadológica articulada na qual as composições vão se dando de projeto a projeto.

Acredita-se que, somente recorrendo à visão de cadeia produtiva, a digitalização asseguraria o papel social da comunicação eletrônica; democratizaria o sistema por meio da multicanalização (previsão de canais públicos como no conceito da cabodifusão); promoveria a diversidade e inclusão através do multiserviço; produziria uma interface para toda a cadeia (a convergência que permite transmissão em alta, padrão e baixa definição e o ideal de uma recepção unificada – *set-top-box* comum a todos os sistemas de exibição – o mais importante, com interoperabilidade); garantiria a sustentabilidade de negócios e serviços (atuais e novos num mercado articulado em forma de arranjo produtivo) e articularia (concomitante com a formulação de novo marco regulatório) uma política industrial com visão de médio e longo prazo não só de chip e software, mas principalmente de produção de conteúdo com vistas à preservação e difusão da cultura Brasileira.

Se pensarmos nas possibilidades da digitalização com interatividade e convergência (TV, Internet e telefone, ou recepção móvel) essas indicações tendem a ganhar escala econômica e apontam a uma expansão de mercado e de serviços. Mais ainda, se incluirmos nesse horizonte investimentos de experimentação e pesquisa com narrativas diferenciadas destinadas a cada plataforma.

Premissas de Conteúdos e Considerações Finais

Seguindo a presente perspectiva, qualquer política de audiovisual também deve ser articulada com uma produção de conteúdo transformador. Garcia Canclini têm dito que são “as redes audiovisuais, a partir de suas próprias lógicas, que realizam uma nova diagramação dos espaços e intercâmbios urbanos” (1993, pg. 46). No artigo sobre reflexividade da TV (KIELING 2007) trabalhamos na mesma direção quando destacamos que a TV gera seu mundo paralelo e, portanto, um novo imaginário de representação instituindo um espaço de sociabilidade com lógicas próprias. Martín-Barbero (2002) sustenta que essa mediação tecnológica da cultura na sociedade deixa de ser instrumental e passa a ser estrutural. Quer dizer, como também pensou Wolton, em que pese inconformidade de muitos intelectuais, o papel a TV na mediação social é indiscutível. Por isso, não faz sentido deixar esse veículo de massa permaneça homogêneo. Se quisermos contribuir para o desejado salto de desenvolvimento do Brasil, precisamos levar a complexidade e a dialética para a televisão através da diversidade, da pluralidade cultural e estética tão rica no país.

Para tal resgatamos aqui duas propostas de conteúdo. Uma de Martín-Barbero publicada (2002) pelo projeto Latino Americano de Meios de Comunicação do Friederich-Ebert-Stiftung. A outra resulta das discussões da Câmara de Conteúdo do Comitê Consultivo da TV Digital (2005), que tivemos a oportunidade de coordenar, e faz parte de um documento, encaminhado aos anais desta instância que deveria assessorar o comitê gestor do SBTVD, que teve a relatoria do representante do Fórum Nacional pela Democratização na Comunicação, o jornalista Daniel Hertz. São propostas que não se excluem, ao contrário, se complementam.

Martín-Barbero diz que há quatro traços que fazem a diferença de uma televisão cultural. O primeiro seria que ela não se limita a transmissão de cultura produzida por outros meios, mas trabalha na criação de cultura. O segundo seria explorar a fragmentação de imagens característica da TV para trabalhar o cotidiano num fluxo de traços da época. Qualquer coisa

como um movimento antropológico que trabalhasse a busca pelo registro da expressividade, das marcas deste contemporâneo numa permanente provocação à reflexão destes tempos. Em terceiro, Martín-Barbero defende que precisamos assumir a TV como uma nova experiência cultural e trabalhá-la como alfabetizadora da sociedade nas novas linguagens, sejam escritas, audiovisuais ou informáticas. E por fim, a questão mais complexa: a qualidade. A TV cultural, na visão do teórico, precisa assumir que trabalha num lugar de competitividade, “profissionalismo, inovação e relevância social de sua produção” (Martín-Barbero 2002, pg. 74). Portanto, é claro que deverá trabalhar identidades institucionais, marcas, mas, ao mesmo tempo, deve “abrigar a diversidade social, cultural e ideológica”. Como da mesma forma trabalhar uma “identidade comum” (ibidem).

A outra proposta diz respeito ao entendimento dos membros daquela câmara do Comitê Consultivo do SBTVD sobre quatro princípios de conteúdo da programação da TV:

- a) **“Entretenimento e Lazer** – programação que proporciona condições para que os indivíduos tenham opções de divertimento e de ocupação em seus momentos não-produtivos, de acordo com seus interesses, concepções e valores;
- b) **Formação Cultural** – programação que cria condições de acesso às fontes, presentes e passadas da cultura nacional e ao patrimônio cultural da humanidade;
- c) **Educação e Capacitação** – programação que disponibiliza, sistematicamente ou não, informação destinada a contribuir para que os indivíduos compreendam a realidade social e natural ou orientada que estes tenham acesso a conhecimento relevante para o desenvolvimento de capacidade para o exercício de funções determinadas ou para a aquisição de habilidades específicas.
- d) **Promoção da Cidadania** – programação que disponibiliza informação e interpretação sobre os mais variados aspectos da atualidade da vida social e dos negócios públicos, com estímulo

à capacidade crítica, ao desenvolvimento da autonomia intelectual e ao exercício dos direitos e deveres inerentes à cidadania”.

Dizendo de outra forma, a ideia de qualidade e diversidade exige um conteúdo múltiplo que inclua o divertimento, o acesso aos bens culturais, a informação, o conhecimento e o estímulo à capacidade crítica. No âmbito da convergência, da interatividade, a produção de conteúdo digital deve se adequar as condições de recepção de cada mídia e as formas de consumo do público.

Quando se propôs tais premissas ao Conselho Consultivo do Sistema Brasileira de TV Digital, imaginava-se a participação de todos os atores públicos e privados da radiodifusão associados, dispostos numa cadeia onde cada qual atuaria na dimensão em que sua natureza e seus objetivos melhor os credenciam. Uma cadeia descentralizada que também promova articulações locais e regionais. Pensávamos numa produção de conteúdo que atendesse os propósitos “a, b, c”, como designados no início deste artigo.

Tudo isso, de alguma maneira, aparece num horizonte, nada específico, seja no decreto da TV Digital, seja nos movimentos empreendidos até aqui pelo Fórum das Públicas e, mesmo, pelas diretrizes da TV Brasil. Entretanto, a regulação efetiva está por vir, passará pelo congresso (onde já foi aprovada a medida provisória que cria a TV Brasil e, como comentado, onde já se discute a cota de produção de conteúdo nacional para as empresas de serviços pagos de conteúdo – a maioria de capital transnacional). Mas, ainda é necessário pensar numa política de produção descentralizada, articulada com formas de financiamento que não se restrinjam apenas a publicidade e a renúncia fiscal das Leis Rouanet e do Audiovisual.

A dinâmica dos arranjos locais, das cadeias produtivas regionais e nacionais, do trabalho associativo, das redes de cooperação físicas ou virtuais, numa articulação descentralizada envolvendo o audiovisual como

uma nova economia artiuclada (reunindo empresas privadas, públicas, independentes, universidades) é que pode gerar novos produtos, gêneros e formatos que rendam resultados através do licenciamento para uso ou veiculação no mercado internacional. Obedecendo a lógica do equilíbrio entre as motivações do público e do privado.

A meta da qualidade, tal qual nos pede Martín-Barbero, deve ocupar a todos. Podemos sim produzir entretenimento sem culpa, mas também promover a formação cultural, a educação, a capacitação e a cidadania. Não podemos perder a dimensão da diversidade da qual nos cobra Martín-Barbero, pois que somente na conjunção de tudo isso se materializará a noção de democracia e de gestão da alteridade pensadas por Wolton.

Por fim, não esqueçamos que essas articulações passam por toda sociedade, pelos demais atores e que precisamos fazer acontecer. Caso contrário, a digitalização seguirá seu curso que, talvez, não seja tão civilizatório.

Referências

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira e BRITTOS. **A televisão Digital Brasileira na era digital – exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007.

BARBOSA FILHO, André e CASTRO, Cosette – **A Nova Ordem Tecnológica** in: Comunicação Digital, Novas Tecnologias e educação. São Paulo:Paulinas, 2008.

CASTRO, Cosette. **Relatório Sobre Industrias de Contenidos em Latinoamérica y Caribe**. (CEPAL, Chile), 2008.

CASTRO, Cosette. **A Produção de Conteúdos Audiovisuais na Era Digital e a Construção de Políticas Públicas para o setor**. In: Barbosa, Marialva, Fernandes, Marcio e Moraes, Osvando. Comunicação, Educação e Cultura na Era Digital. Curitiba: Coleção Intercom, 2009.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (y M. Piscina). **Culturas de la Ciudad de Mexico; símbolos colectivos y usos del espacio urbano, en el consumo cultural en Mexico**. CONACULTA, México, 1993.

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

KIELING, Alexandre. **Reflexividade na TV: uma primeira reflexão de caráter semiótico in: Televisão: entre o mercado e a academia II**, organizados por Duarte, Elizabeth e Castro, Maria Lília D. Porto Alegre:Sulina, 2007.

KIELING, Alexandre S.. **Televisão: a presença do telespectador na configuração discursiva da interatividade no programa “Fantástico”**. São Leopoldo, tese de doutorado na Unisinos, 2009.

MÁRTIN-BARBERO, Jesús. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. Friedrich-Ebert-Stiftung/SSRG: São Paulo, 2002.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, São Paulo, año 1, n. 1, p. 22-37, jul. /dic. 2004.

MORIN, Edgar. **A Comunicação pelo Meio (teoria complexa da Comunicação)**, in: A Genealogia do Virtual, organizado por Francisco Menezes e Juremir Machado. Editora Sulina, 2008.

PORTER, Michael. **Clusters and the New Economics of Competition in: Harvard Business Review**, Nov/Dez 1998.

TROUILLET, Véronique. **Les métiers de la télévision** in: L'Etudiant. Paris:Darantiere, 2007.

SODRÉ, Muniz. **Eticidade, campo comunicacional e midiatização**. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 19-31. p. 20-21.

WOLTON, Dominique. **Internet et après, une théorie critique des nouveaux médias**. Flammarion, Paris, 1999.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

VIZER, Eduardo. **Cultura Tecnológica – metáforas e realidade in: Revista Razón y Palabra** no. 40. Agosto-septiembre 2004.

WOLTON, Dominique. **Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias**. Paris: Flammarion, 1990

BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Decreto 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: 28 Set. 2010.

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

COMITÊ CONSULTIVO DO SBTVD – disponível em <http://sbtvd.cpgd.com.br/>.
Acesso em: 28 Set. 2010.