

A evolução da mídia para digital não muda o que há na ponta das redes: o homem

SILVANA Aparecida de **PAIVA** Rodrigues, jornalista e mestranda em Comunicação Midiática pela **FAAC/UNESP (Bauru-SP)**. Tema de pesquisa: “Produção Jornalística para TV Digital da UNESP”, sob a orientação do Prof. Dr. **ANTÔNIO** Carlos de **JESUS**; docente da Fundação Educacional do Município de Assis (SP) - **FEMA**, curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, nas disciplinas: Técnicas de Reportagem, Entrevista e Pesquisa Jornalística I e II, Edição Jornalística, Editoração Eletrônica em Jornalismo I, II e III e Jornalismo Especializado.
E.mail: silvanapaiva@femanet.com.br, paiva_silvana@hotmail.com.

Grupo Temático: História da Mídia Digital

Nunca será demais dizer que na ponta das redes e dos satélites há homens e sociedades, culturas e civilizações. Isso muda tudo e explica a importância e a complexidade da comunicação.

Dominique Wolton (2006)¹

Do homem primitivo, mudo e analfabeto, até o homem do espaço, da televisão via satélite e da internet, a comunicação humana passou por etapas bastante significativas. Corpo, fala, escrita, imprensa, telecomunicações. Esta é, em resumo, a história da comunicação humana cuja evolução tem como principal característica ter sido mais cumulativa e integrativa do que substitutiva. Nenhuma etapa acabou com aquela que a precedeu, ao contrário, incorporou-a. Talvez tenha passado de um estágio mais simples para outro mais intrincado, mormente a comunicação contemporânea dos megabits. O fato é que o homem está no centro dessa história, não há tecnologia que desfaça esta constatação. Não há como descartá-lo, mesmo em se considerando a dimensão de espetáculo dada às inovações tecnológicas em detrimento do fator humano. Na contramão da espetacularização atribuída aos meios modernos de informação e comunicação, entendemos que a sociedade da comunicação não é aquela em que tudo se comunica, haja vista ser este o esquema da sociedade da informação. Para o resgate da comunicação como agregadora de conhecimento, entendemos também que haverá o retorno da História, das sociedades, das civilizações e das religiões, em contraste com a vitória das tecnologias e da economia. Teremos que resgatar o outro com quem devemos nos relacionar: este outro, o homem que está lá, na ponta da rede, seja qual for a tecnologia.

Palavras-chave: Mídia, tecnologia, comunicação.

1. Um novo fazer e pensar comunicação

Está acontecendo uma revolução no modo de pensar e fazer comunicação social, frente às transformações tecnológicas da sociedade contemporânea. Do homem primitivo, mudo e analfabeto, até o homem do espaço, da televisão via satélite e da

¹ WOLTON, Dominique. É preciso salvar a comunicação. São Paulo: Paulus, 2006.

internet, a comunicação humana passou por etapas bastante significativas. Corpo, fala, escrita, imprensa, telecomunicações. Esta poder ser considerada, em resumo, a história da comunicação humana cuja evolução tem como principal característica ter sido mais cumulativa e integrativa do que substitutiva. Nenhuma etapa acabou com aquela que a precedeu, ao contrário, incorporou-a. Talvez tenha passado de um estágio mais simples para outro mais intrincado, mormente a comunicação contemporânea dos megabits.

Mesmo assim, é fato que a grande revolução que está acontecendo não é a tecnológica, mas sim a de comportamento humano promovido por uma nova geração, cujos hábitos estão longe de serem por hora definidos ou sequer previstos. Por isso, consideramos ser de extrema importância voltarmos nossas mentes para dois temas abordados pelo especialista em comunicação e política, pesquisador do C.N.R.S. – Centro Nacional de Pesquisa da França, diretor da revista científica *Hermes*, e um dos grandes especialistas europeus em política e comunicação Dominique Wolton, de que é preciso pensar a comunicação e, mais ainda, de que é preciso salvar a comunicação. Toda tecnologia em pauta tem como objetivo final o homem comum, aquele que, de clássico receptor, está se transformando em emissor com dois grandes trunfos a seu alcance: o de poder participar e interagir.

Assim, não há também como negar outro fato ainda mais contundente: o de que é o homem que está no centro dessa história, não há tecnologia que desfaça esta constatação. Não há como descartá-lo, mesmo em se considerando a dimensão de espetáculo dada às inovações tecnológicas em detrimento do fator humano. Na contramão da espetacularização atribuída aos meios modernos de informação e comunicação, entendemos que a sociedade da comunicação não é aquela em que tudo se comunica, haja vista ser este o esquema da sociedade da informação. Para o resgate da comunicação como agregadora de conhecimento, entendemos também que haverá o retorno da História, das sociedades, das civilizações e das religiões, em contraste com a vitória das tecnologias e da economia, de acordo com o que corrobora Dominique Wolton. Teremos que resgatar o outro com quem devemos nos relacionar: este outro, o homem que está lá, na ponta da rede, seja qual for a tecnologia.

Diante do fascínio provocado na maioria das pessoas pelas tecnologias da sociedade contemporânea, Dominique Wolton afirma que sempre se interessou mais pelo o que as sociedades e as culturas fazem com as técnicas do que pelas próprias

técnicas. É assim que o, manifesta seu pensamento a respeito de como reconciliar a realidade técnica e econômica da comunicação com sua dimensão social, cultural e política.

Este é um tema tratado em seus dois mais recentes livros: *Pensar a Comunicação* (2004) e *É preciso salvar a comunicação* (2006). Tanto em um como em outro, o autor enfatiza que é preciso refletir a defasagem entre a facilidade da comunicação técnica e a dificuldade da comunicação humana, isto se o objetivo for o de aproximar os homens, seus valores e suas culturas. Para aqueles que visualizam uma sociedade da informação como inevitável, por suas técnicas cada vez mais eficazes e sedutoras, Dominique Wolton aponta que o mais importante na informação e na comunicação não são as ferramentas nem os mercados, mas os homens, a sociedade e a cultura.

A exemplo dessas novas plataformas tecnológicas está a TV Digital, no caso do Brasil em que foi implantada em 2 de dezembro de 2007 em São Paulo, devendo cumprir um cronograma de dez anos para sua total implementação no país, segundo determinação do governo federal. O vislumbre é por mercados tecnológicos promissores, ainda que a tecnologia tenha sido um tanto ineficaz em garantir que os primeiros sinais digitais contemplem todos os domicílios da grande São Paulo.

Mesmo tendo o homem estas possibilidades tão ao alcance das mãos, a tecnologia impera em seu detrimento, sem levar em conta suas reais necessidades, sua real condição de entender o novo meio, em como utilizá-lo, em como dominar as interfaces, em se esse novo usuário terá condições financeiras para adquirir os equipamentos que o torne integrante dessa comunidade virtual/digital. Isso sem falar na falta de respeito à sua cultura e aos seus costumes. A decisão é: a implantação da TV Digital no Brasil é ponto. Não se parou para pensar ou criar condições para nos assegurarmos que estamos nos comunicando mais e melhor. Não estamos assegurados de que teremos nossos direitos respeitados, mesmo que com a TV Digital, por exemplo, tenhamos o vislumbre de interagir mais do que consumir simplesmente uma programação engessada, o trunfo dos grandes conglomerados televisivos até agora. Wolton já nos alertava sobre isso ao abordar a aldeia global que veio na esteira da internet há já um pouco mais de duas décadas:

A aldeia global é mesmo uma realidade, mas não reduz as desigualdades, nem as tiranias, nem as violências, nem a mentiras. Os homens matam e mentem na transparência, como o faziam antes na obscuridade e no segredo. A intolerância e o desejo de poder crescem sem dificuldade à sombra dos satélites e das redes (2006: p. 10).

O tom messiânico de suas argumentações traz um alerta que de tão óbvio poderia redundar em banal. Mas não é o que se percebe, em se considerando a dimensão de espetáculo dada às inovações tecnológicas em detrimento do fator humano. No entanto, há um poder de manobra nisso tudo, segundo Wolton. Ele diz que a facilidade de comunicação manifesta também uma certa capacidade de inteligência e de ação, já que saber fazer uso das novas técnicas é para muitos o sinal de uma emancipação e de uma igualdade social. “Comunicar é antes de tudo expressar-se” (2006: p. 14). Óbvio? Não, sobretudo quando entendemos a intenção de Wolton de intervir nesse processo propondo salvar a comunicação que complexa por natureza, complicou-se ainda mais nestes últimos trinta anos, devido ao progresso técnico.

Por outro lado, o autor pontua uma dessas complicações da comunicação ao afirmar que “expressar-se não basta para garantir a comunicação, pois deixa de lado a segunda condição da comunicação: saber se o outro está ouvindo ou se está interessado no que digo...” (2006: p. 14). Daí a lógica: quanto mais as técnicas permitem a expressão, mais a questão do feedback, do retorno, torna-se importante.

2. Salvar a comunicação

Dentre suas propostas apresentadas no livro *É preciso salvar a comunicação*, Wolton esclarece que é necessário que se entenda a diferença entre a comunicação normativa e funcional. Das duas raízes do vocábulo comunicar, a primeira (do latim *comunicare*) remete à idéia de partilha. A segunda acrescenta a idéia de transmissão. No início, os dois sentidos eram sinônimos. Mas, à medida do aumento do número de mensagens transmitidas, com o progresso técnico, aprofundou-se a distância entre transmissão e partilha. A mesma ambigüidade é encontrada com a palavra informação. O primeiro sentido (*informare*), significa dar forma, modelar, ordenar, dar uma significação. O segundo significa conscientizar alguém de alguma coisa. É ligado ao acontecimento. É o duplo sentido de informar.

É o que Wolton chama de dupla hélice funcional e normativa da informação e da comunicação. Para ele, em toda situação de comunicação essas duas dimensões se misturam. A distinção não se opõe a comunicação humana, que seria normativa, e a das técnicas, que seria funcional uma vez que ambas se cruzam. A exemplo disso, Wolton ressalta que muitas relações humanas e sociais são funcionais, ao passo que as técnicas, do telefone, do rádio, da televisão, da internet e, proporcionalmente da TV digital, permitem também trocas autênticas.

É neste sentido que o pesquisador defende que a comunicação é menos manipuladora do que se diz. “Seria antes uma espécie de jogo de tolos em que ninguém é tolo” (2006: p. 32). Essa seria a vitória da comunicação legitimada por aquele a quem se destina, o receptor, o qual, para o autor, complica tudo, raramente está onde esperamos, compreendendo, em geral, algo diferente do que lhes dizemos ou gostaríamos que compreendesse pelo som, pela imagem, pelo texto ou pelo dado. Ele é “a caixa preta”, diz o pesquisador e complementa: “a imperfeição da comunicação é uma condição de sobrevivência do receptor. Felizmente o receptor resiste” (2006: p. 33) diz e reverbera que o receptor é o grande enigma da comunicação, “cujo interesse é crescente como a globalização da informação e da comunicação” (2006: p.33).

Outro fato apresentado é o que diz respeito ao conflito das legitimidades. O autor defende que a circulação crescente da informação requer a preservação das referências para que os cidadãos conservem uma geografia intelectual e cultural que lhes permita situar-se em um mundo aberto. Para ele, é necessário distinguir quem fala, com quem fala, com qual legitimidade, para fazer o quê. E enfatiza, contrariando os mais afoitos pelas benesses advindas da tecnologia: “a sociedade da comunicação não é tudo, em todos os sentidos, ou então a recusa será violenta, e sob forma de demanda de autoridade” (2006: p. 39).

Para legitimar o processo da democracia, Wolton diz que é preciso permitir a cada um, através da informação, o acesso a uma certa compreensão dos múltiplos pontos de vista sobre o mundo, distinguindo as três grandes relações com o mundo que a informação, o conhecimento e ação constituem. O autor salienta que estes três discursos estruturam a relação com o mundo e desempenham um papel fundamental nas sociedades da comunicação. Dentre estes discursos, o receptor utiliza cinco tipos de informação que ilustram o fato de que sempre há uma recepção ativa. São: a

informação-imprensa (fornecida pelas mídias); a informação-serviço (do it yourself); a informação-data (banco de dados); a informação-lazer (situações de interface); e informação-militância (movimentos militantes críticos nas democracias). Paralelamente, está o discurso do conhecimento que reúne todos os profissionais da escola e da universidade, todos aqueles que tentam compreender o mundo produzindo conhecimentos científicos, administrativos, jurídicos. E, por fim, o discurso da ação que é o campo dos homens políticos ou aqueles ligados ao sindicalismo, à saúde, ao exército, aos partidos e às associações.

O conflito de legitimidade existe justamente porque esses três discursos constituem visões diferentes do mundo, concorrendo entre si. A crítica de Wolton aqui se faz mais veementemente quando diz que “informar não é conhecer, e conhecer não é agir” (2006: p. 40). A alternativa apresentada pelo autor para que a confrontação desses discursos no espaço público ajude os cidadãos a compreenderem as diferentes dimensões da realidade, é a de que cada um se mantenha em seu lugar e não tenha a pretensão de querer e poder pensar e explicar tudo. É necessário que se admita a liberdade do outro, com suas diferenças e suas identidades. Para chegar a esse ponto, o autor sugere que é possível resumir as complicadas relações entre a informação e a comunicação em três estágios:

◆ **Ontem**, informação era sinônimo de comunicação, pois os receptores pertenciam a um meio tão homogêneo, que a informação criava a comunicação;

◆ **Hoje** a informação domina, visto que muito mais mensagens circulam por um maior número de canais. Surge aí o contraponto de que quanto mais cresce a globalização da informação, mais se observa a resistência dos receptores. Instala-se, então, o que Wolton denomina incomunicação e

◆ **Amanhã**, a comunicação vencerá a informação, acredita o autor, ressaltando que a sociedade da comunicação não é aquela em tudo se comunica, haja vista ser este o esquema da sociedade da informação. Neste estágio, haverá o retorno da História, das sociedades, das civilizações e das religiões, em contrastes com a vitória das tecnologias e da economia. Será a sociedade em que entre a informação e a comunicação reconhece-se a importância da incomunicação e da coabitação.

Neste sentido, o autor acredita que os países menos avançados exigirão regras e reajustes econômicos e demandarão escuta e respeito. Wolton alerta para o fato de que

será necessário, paralelamente às relações de força econômica, admitir simultaneamente uma igualdade de cultura e coabitação. É a isso que o especialista classifica de terceira globalização: a obrigação de levar em conta os campos culturais e da comunicação em nível tão importante para a paz do mundo quanto a redução das desigualdades econômicas e sociais. “Em nível mundial, a diversidade cultural obriga a pensar a coabitação cultural. Comunicar é finalmente coabitar” (2006: p. 151).

Para os mais céticos, Wolton pode parecer ingênuo ou até utópico ao defender que “é preciso salvar a comunicação”. Salvar do que? De quem? De nós mesmos, talvez? Deslumbrados que somos com toda a tecnologia que impera em nosso dia a dia? Seja qual for a resposta que cada um de nós tenha, haveremos de pelo menos considerar as que três condições, propostas por Wolton, como características da comunicação:

- ◆ A de que se trata de um espaço simbólico para que as coisas possam ser ditas pelas palavras e não pelos golpes;

- ◆ A de que se trata de uma situação de negociação e de coabitação e, principalmente,

- ◆ A de que se trata de um ato de confiança em relação ao outro! o que deve acontecer em todos os níveis da vida individual ou coletiva, nacional ou internacional.

O próprio autor admite que confiar é “o que há de mais ingênuo e derrisório, visto que tudo, cotidianamente, convida a nunca confiar...” (2006: p. 226). Mas Wolton, do alto de sua coragem e confiança no ser humano arremata: “(...) confiar, como comunicar, é admitir a utopia de uma relação com o outro, o que, definitivamente, fundamenta humanidade” (2006: p. 226).

3. Pensar a comunicação

Com a adoção da tecnologia digital para recepção de sinais nos aparelhos de televisão já acessível ao mercado consumidor brasileiro, ainda que em uma pequena escala, acreditamos que haverá uma melhora de ordem técnica na qualidade das imagens e do som, por exemplo. Mas essa mudança tecnológica não tem agregado outra considerada tão importante quanto: ainda não se faz perceber, com a mesma proporção de investimentos intelectual e financeiro, a apresentação de propostas para novos formatos de programas, de conteúdos e de gêneros para a TV digital. Ou seja, o usuário, aquele homem comum que está lá na ponta da rede, pouco tem sido levado a sério. O

mais provável é que essas propostas sejam específicas para o usuário de elite, aquele que poderá adquirir de imediato o aparelho digital. Ele também está na ponta da rede, mas não representa a maioria da população. Para a grande massa, essa inclusão está prevista para acontecer nos próximos dez anos, com o barateamento do custo dos equipamentos. Muito tempo para termos a coabitação tão necessária, tornada possível por meio da comunicação.

Com a TV digital, a programação das grandes redes brasileiras de TV passará, necessariamente, pela convergência entre televisão e internet, entre outros suportes expressivos, tendo em vista o desenvolvimento de programas interativos. A tecnologia da interatividade permite o surgimento de novas formas de agenciamentos coletivos que modificam o papel da mídia na sociedade contemporânea. Essas transformações lançam um novo olhar sobre as experiências pioneiras da televisão brasileira e aproveitam as habilidades adquiridas para a construção de complexos mundos ficcionais, levando em consideração o potencial dialógico da televisão digital interativa. Por tudo isso mesmo, é que dez anos representam muito tempo.

Essa é uma perspectiva que nos faz ler e reler *Pensar a Comunicação* (2006), publicação em que Wolton destaca que é preciso não confundir os êxitos técnicos com nova sociedade e que, apesar das técnicas mais sofisticadas e mais interativas, encontramos sempre desigualdades e, sobretudo, dificuldade de compreensão.

O autor analisa os conceitos e as relações entre comunicação, democracia e sociedade, para entender as diferentes teorias da informação e da comunicação; o papel das mídias de massa, com a televisão em primeiro lugar; as forças e os limites das novas tecnologias; a importância da história e das relações, cada vez mais estreitas, no cenário da mundialização, entre identidade, cultura e comunicação. No interior desse processo é gerada uma ambigüidade profunda na comunicação através da interação constante dos seus valores normativos, que insiste na dimensão humanista e política da comunicação como fator de emancipação, e os valores funcionais, que destaca o desempenho técnico e os interesses econômicos, como já citados anteriormente.

Pensar a comunicação, de maneira que possamos intervir para salvá-la de qualquer deturpação que descaracterize sua condição primeira de coabitação e confiança entre os homens, é refletir a respeito da defasagem entre a facilidade da comunicação técnica e a dificuldade da comunicação humana, numa época em que a abertura é a

palavra de ordem, através da mundialização das indústrias culturais. Paradoxalmente, o que se percebe é o distanciamento entre a mensagem, o canal e o receptor. Precedendo o que afirmou em *É preciso salvar a comunicação* (2004), Wolton enfatiza: “percebe-se que a abundância das mensagens trocadas, em vez de aproximar os pontos de vista, pode tornar-se um fator de conflito”.(2004: p. 17).

Há antecedentes históricos para esta hipótese que devem ser levados em conta. Na história contemporânea, a sociedade de massas – com a revolução industrial – e o surgimento da democracia de massa – com o sufrágio universal – fizeram surgir uma sociedade individualista de massa. Nela coabitam duas estruturas: a valorização do indivíduo, em nome dos valores liberais e da modernidade, e a valorização dos grandes números em nome da luta política a favor da igualdade. A dificuldade de encontrar um novo equilíbrio nesse sistema coloca em crise o laço social e abre espaço para a televisão, porque ela é uma atividade compartilhada por todas as classes sociais e idades e consegue, assim, ser um dos principais colaboradores para a criação dos laços sociais, misturando individualismo, liberdade e igualdade. É nesse contexto, pois, que estamos testemunhando a revolução de comportamento que poderá advir da implantação da TV digital no Brasil.

Por isso é que alertamos para o fato de que o uso da tecnologia digital proporcionará qualidades técnicas, mas que são poucas, proporcionalmente menores em produção e pesquisas, as propostas para novos formatos, conteúdos e gêneros para a TV digital. Neste sentido, Wolton apresenta uma idéia que pode ser uma saída: a da televisão generalista frente à temática.

A idéia essencial na defesa de uma TV generalista é que, reflexo da heterogeneidade social, ela se torna fator de integração (social, cultural e nacional), oferecendo um leque de programas que possa religar as diferentes sociedades e culturas. A TV generalista obriga que, em seu público, cada um reconheça a existência do outro, o que é indispensável para a sociedade contemporânea frente ao multiculturalismo. Público e cultura são elementos abordados também no livro *Pensar a Comunicação* como parte da TV generalista.

Já a relação entre televisão e cultura, que nunca foi boa, hoje está pior, declina Wolton. Para ele, isso deve-se, desde o início, ao preconceito das elites ao acreditarem que o meio era nefasto à cultura. Antes de criticar a TV é preciso entender que suas

características fazem dela um instrumento adaptado a certas formas culturais e inadaptado a outras. Ele diz que é um contra-senso afirmar que a cultura de massa é produto das mídias, porque ela é resultado de uma democratização e elevação do nível de vida. Um exemplo: a implantação do sistema de TV digital seria democrático se estivesse ao alcance de todos, sem distinção; ou seria uma comprovação de nível de vida elevado da sociedade, se todos pudessem ter acesso à tecnologia, e soubessem manuseá-la, assim que ela chegasse ao mercado consumidor.

Como não é essa a ordem dos fatos, o autor classifica quatro tipos de cultura: a de elite (desapropriada do hegemônico), a de grande público (que ocupa em volume o lugar da cultura popular, com legitimidade a mais), a popular (deslocada pelas mutações sociais) e a particularizada (que distingue-se em nome da diferença). Por isso Wolton defende as mídias genéricas ao relacionar televisão e cultura: a TV é ao mesmo tempo criadora e divulgadora da cultura de grande público; ela é lugar de exposição e sensibilização de cultura popular e das particulares; é lugar de sensibilização pela cultura patrimonial; a televisão nem sempre está adaptada à cultura, portanto, inclusive nos canais temáticos, pode haver incomunicação com a cultura; e a TV é fator de identidade cultural. O autor cita o exemplo brasileiro de relação entre cultura e televisão como no caso das telenovelas da Rede Globo.

Apesar dos discursos dominantes condenando o papel da TV na cultura, Wolton antevê uma outra margem de manobra que pode muito bem ser aplicada à TV digital: a de que as elites saiam de sua posição hostil em relação à TV e o poder público defina uma política de defesa da identidade cultural nacional e da TV generalista. Esta pode ser uma alternativa de estudo e pesquisa para apresentação de propostas de formatos, gêneros e conteúdos para a TV digital brasileira.

Aqui também Wolton alerta para o risco de subestimar a inteligência do público, que se tornou mais crítico em relação ao conteúdo das informações. Como não existe cidadão mundial nem um pensamento hegemônico, a noção de ponto de vista é essencial. Só a informação não é o suficiente. O entendimento dos fatos é fundamental (a fórmula primeira da comunicação: emissor – receptor – feedback).

A sociedade da informação impôs-se, nas últimas duas décadas, legitimada pela perspectiva, pelas indústrias da comunicação, pelos tecnocratas, pelo discurso dos engenheiros e pelas mídias. Ocorre que a ideologia técnica tem um impacto social

considerável porque se apresenta modesta e instrumental. Ela pretende, como qualquer ideologia, transformar o mundo, mas a partir de realidades compreensíveis por todo mundo. Sua modéstia aparente é uma garantia de seu sucesso, ligado à sua dimensão instrumental. “Desconfia-se da ciência, desconfia-se menos de uma técnica, sobretudo se ela estiver ligada à comunicação”, alerta Wolton (2004: p. 324).

Embora antigo, o processo de globalização, por sua vez, ganha maior visibilidade com a presença da comunicação. É possível visualizar os problemas gerados pela desigualdades. Os problemas sempre existiram, mas não eram vistos simultaneamente e na mesma proporção de hoje. A tentativa de enquadramento do tempo social ao tempo técnico alimenta o enganoso discurso de resistência à mudança, visto que o tempo das sociedades não evolui na mesma velocidade do tempo técnico. Esta é uma hipótese do que poderá acontecer com a implantação da TV digital, a da apresentação de um discurso de que a população resistirá à nova tecnologia, insistindo no modelo analógico que, por sinal, será substituído ao longo dos dez anos previstos como necessários pelo governo federal para as adaptações necessárias.

Mesmo tendo chegado ao Brasil com um atraso de 40 anos a transmissão do sinal digital, vista como ganho tecnológico, e mesmo que haja resistências, mudará completamente o perfil do telespectador. Este deixará de ser passivo e passará a interagir com o conteúdo oferecido pelas emissoras de TV. O jornalismo, principalmente, terá que encontrar uma linguagem própria para TV digital. Somente interfaces construídas a partir de um modelo descentralizado poderão viabilizar a interatividade mútua. Se isso acontecer de fato, a grande especulação é que se a TV digital colocaria um fim no monopólio das oligarquias diante da possibilidade de escolhermos e não sermos escolhidos. Como qualquer especulação, é prematuro dizer se isso acontecerá realmente.

Seja economicamente, socialmente, cientificamente, politicamente ou tecnologicamente, a constatação primeira é a de que todos nós seremos afetados por essa nova forma de fazer e ver TV, para o que todo cidadão deverá ter acesso à nova mídia, seja no caso de o cidadão ter poder monetário que permita a aquisição dos aparelhos de conversão para digital, seja no caso de proporcionar ao novo usuário as habilidades necessárias para manusear o novo meio midiático que se instaura.

Apesar do impacto social das telecomunicações e da revolução informacional, a história da comunicação mostra que este é um tema que jamais foi tratado como tema político de interesse social geral. Podemos perceber isso em vários momentos decisivos como na regulamentação dos telégrafos, no século XIX; na regulamentação do rádio, na década de 1920; na regulamentação da televisão, na década de 1950 (Marcos Dantas, 2002, in MONTEZ, 2006:18). De acordo com Montez não tem sido diferente no que diz respeito à TV digital:

Ainda podemos acrescentar mais um momento histórico de suma importância que, até pouco tempo atrás, estava passando à margem do debate social: a discussão sobre o Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), iniciada em 2003, mas, até final de 2004, sem muita repercussão na mídia e na sociedade, apesar dos impactos que essa revolução tecnológica vai gerar (2006:18).

A universalização das telecomunicações em que o ideal seria que a grande maioria da população tivesse acesso à internet, telefonia móvel e fixa, televisão, rádio, mídias impressas, não aconteceu. Prova disso é a telefonia fixa que, apesar de chegar a praticamente todos os 5.484 municípios do território nacional, as disparidades são gritantes: nos cinco mil municípios mais pobres, a teledensidade é de 11% - 7,5 milhões de linhas -; nos 484 restantes, de 40,6% - 43,9 milhões de linhas (Atlas Brasileiro de Telecomunicações, 2004). Trocando em miúdos, prevalece a velha fórmula de que poucos têm muito e muitos têm pouco, o que implica em exclusão social. Não é demais voltarmos ao ponto inicial do nosso argumento: a de que é o homem que está lá, na ponta da rede. Se ele não está incluído nesse processo, não há evolução.

Por outro lado, a televisão está presente em mais de 90% dos lares brasileiros, com mais de 60 milhões de aparelhos (Mídia Dados, 2004) e, conforme defende Montez, “uma vez digital, pode fornecer esse serviço, bastando apenas algumas adaptações” (2006: 30). As interatividade e mobilidade possibilitadas pela TV digital são algumas dessas adaptações, em termos tecnológicos. Em termos de mudança e impacto social, cremos ser necessário que a demanda e os responsáveis pela produção do conteúdo televisivo estejam interados das mudanças que sobrepujando sua vida, sua rotina profissional ou pessoal.

A digitalização nos processos de transmissão da televisão aberta no Brasil possibilitará ao telespectador um salto da condição de telespectador para a de “teleparticipador”. Este conceito foi introduzido por Ribeiro (2004) em sua tese de doutorado em Engenharia de Produção pelo Centro Tecnológico, da Universidade Federal de Santa Catarina e cuja pesquisa é intitulada *A TV digital como instrumento para a universalização do conhecimento*. O pesquisador destaca as características e vantagens da TV digital como um instrumento para combater a exclusão digital, apontando a necessidade de preparar o público para assimilar e aproveitar a nova tecnologia que oferece oportunidade de ter acesso às possibilidades de produção e difusão do conhecimento. Ao expor a necessidade de mudança de posturas do público, dos profissionais e das empresas de televisão com a nova tecnologia, Ribeiro nos remete à intertextualidade, um dos aspectos das tecnologias digitais, além da hipermidialidade, interface, estrutura não-linear e interação.

Esse homem lá da ponta da rede fará com que todos entendam, num futuro bem próximo, que assistir a uma programação de televisão nunca mais será a mesma coisa. A passividade está fora de contexto. Uma das perspectivas da TV digital para o usuário vai muito além da grade convencional de programação e este terá, possivelmente, acesso a um variado universo de informações e possibilidades interativas. A interface, contexto de ação entre esses dois pontos, desenhada sob novas ordens de “usabilidade” deverá ser evidenciada, através de estruturas renovadas de simulação, podendo tornar o conteúdo mais acessível ao usuário.

Para que esta acessibilidade se efetive será necessário um diálogo não somente entre tecnologias, mas também entre diferentes conceitos e diferentes maneiras de assimilar informação. A televisão aberta incorporou historicamente às suas práticas de produção e distribuição de conteúdos, uma dinâmica quase inflexível em relação aos produtores e consumidores de conteúdos. A tradicional receita de se produzir a malfadada programação engessada, com horários pré-determinados e pouca participação da audiência, passa por um processo sem precedentes com a digitalização dos sistemas de processamento de informações, presente hoje em quase todos os mecanismos de armazenamento de dados informativos.

O Sistema Internacional de Televisão Digital – ISTVD tem como base as plataformas de armazenamento e circulação de conteúdo audiovisual, com transmissão

terrestre e aberta que disponibiliza recursos de mobilidade, portabilidade e interatividade. Conteúdos, discursos das mais variadas vertentes vão dialogar entre si, possibilitando uma nova possibilidade de intertextualidade. A idéia, portanto, é que com a TV digital deixaremos de ser telespectadores para sermos teleparticipadores. Isso se estivermos atentos a fazer valer as políticas públicas de radiodifusão para TV digital propostas pelo governo federal até agora. Fala-se muito em interatividade, inclusão social, ensino a distância, tudo previsto em lei. Mas, acreditamos, cabe aos profissionais e futuros profissionais de comunicação garantir que essas promessas saiam do papel de fato.

No entanto, mais uma vez encontramos respaldo nas argumentações de Wolton também em *Pensar a Comunicação* (2004), de que mundialização das técnicas não cria a comunicação mundial, nem mesmo o aparecimento de um “só mundo”. Pelo contrário, torna mais visíveis e, portanto, menos aceitáveis, as diferenças, mas não dá origem a uma nova sociedade, livre dos poderes, das ideologias e das desigualdades.

No passado, a identidade era um obstáculo à comunicação, hoje em dia ela se torna a sua condição. Nenhuma técnica, afinal, pode assumir a intersubjetividade, nem garantir o acesso ao outro, nem fazer esquecer que o desafio da comunicação está mais para a gestão das diferenças do que para descoberta das semelhanças já que, incontestavelmente, .

4. Considerações finais

Há uma idéia comum aos dois últimos livros de Wolton. Seja para pensar ou salvar a comunicação, o cientista propõe alternativas de como reconciliar a realidade técnica e econômica da comunicação com sua dimensão social, cultural e política.

O advento da TV digital brasileira está aí, emergente, contestador, com uma infinidade de pontos de interrogação quanto à sua usabilidade, acessibilidade e, principalmente, interatividade como forma de acesso ao outro. A se considerar as dimensões do avanço tecnológico, o impacto que já está causando na sociedade, seja pelos aspectos culturais ou de comportamento, pelo frisson provocado na indústria da comunicação, pelos discursos dos tecnocratas e dos pesquisadores, esta seria uma oportuna e histórica ocasião para tentarmos essa reconciliação proposta por Dominique

Wolton: a da realidade técnica e econômica da comunicação com sua dimensão social, cultural e política. É um desafio e tanto.

E, parafraseando o autor, nunca será demais lembrar que qualquer que seja a técnica utilizada para propagar a informação ou promover a comunicação, na ponta das redes haverá sempre homens e sociedade, culturas e civilizações. Fato este que torna urgente pensar a comunicação já que, incontestavelmente, a evolução da mídia para digital não muda o que há na ponta das redes: o homem.

5. Referências bibliográficas

ANATEL, Agência Nacional de Telecomunicações. TV Digital. Brasília, 2001.

CROCOMO, Fernando Antônio. O uso da edição não-linear digital: as novas rotinas no telejornalismo e a democratização de acesso à produção de vídeo. Florianópolis, 2001. 100p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina.

MINISTÉRIO das Comunicações. Política para adoção de tecnologia digital no serviço de televisão. Brasília, 2003.

MONTEZ, Carlos. TV digital interativa: conceitos desafios e perspectivas para o Brasil. 2ª ed. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2005.

RIBEIRO, Ângelo Augusto. A TV digital como instrumento para a universalização do conhecimento. Florianópolis, 2004. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico – Universidade Federal de Santa Catarina.

WOLTON, Dominique. Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão. Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo: Ática, 1996.

_____. Pensar a Comunicação. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004. Tradução de Zélia Leal Adghirni.

_____. É preciso salvar a comunicação. São Paulo: Paulus, 2006. Tradução Vanise Pereira Dresch.