

Convergência: um debate (e uma batalha) para a juventude

André Cintra*

Há uma luta à espera da mobilização e do engajamento da juventude brasileira. Ela diz respeito às consequências políticas, sociais e culturais da chamada convergência tecnológica. É uma luta sutil, cercada de aparências. À primeira vista, os jovens despontam apenas como beneficiários da integração cada vez mais sofisticada entre textos, sons, imagens e outras formas de comunicação. Mas o papel dos jovens não está restrito apenas à última ponta — a do consumo — dessa cadeia produtiva. Da mesma maneira, a convergência está longe de ser um fenômeno estritamente tecnológico, um mero fruto da revolução digital. Sem intervenções políticas deliberadas, as novas tecnologias são incapazes de garantir como e por quem elas próprias serão utilizadas. No limite, trata-se de uma manifestação da luta de classes — e o conjunto da sociedade, destacadamente a juventude, não pode furtar-se a esse debate.

Tome-se o exemplo da “batalha do iPhone 3G S”, que desafiou uma série de hackers diante da versão mais recente e badalada do “telefone inteligente” (smartphone) da Apple. Uma vez lançado nas lojas, no dia 19 de junho passado, o novo produto precisou de apenas três dias para alcançar a marca de um milhão de unidades vendidas. A empresa apresentava aos clientes um aparelho ainda mais revolucionário, com conexão mais veloz e bateria mais potente, além da possibilidade de criar

Na disputa por novos marcos regulatórios, o capital deixou representantes por todos os lados — inclusive no Ministério das Comunicações. Falta a juventude assumir essa bandeira em nome da sociedade



"A consciência da sociedade, os interesses sociais, a luta de classes — é isso o que define os arranjos tecnológicos".

e editar vídeos. Em compensação, por conta de uma série de bloqueios impostos por seus produtores, o iPhone 3G S não podia ser usado em todas as operadoras e aceitava tão-somente aplicativos aprovados pela Apple. Em menos de 15 dias, porém, as duas restrições caíram — e graças não à sensibilidade da empresa, mas, sim, à ação rápida e articulada de jovens a serviço de modelos menos concentradores. Primeiro, em 30 de junho, uma equipe de jovens hackers, batizada de iPhone Dev Team e fundada há dois anos, anunciou ter descoberto um meio para desbloquear especificamente o novo aparelho, que poderia, então, ser usado em qualquer operadora. Quatro dias depois, George Hotz, o GeoHot, um funcionário do Google de apenas 19 anos, apresentou em seu blog o hack "Purple Ra1n", abrindo o iPhone 3G S para qualquer aplicativo. As duas derrotas sofridas pela Apple foram reverses também para todo um poderoso regime regulatório a serviço do capital.

"A consciência da sociedade, os interesses sociais, a luta de classes — é isso o que define os arranjos tecnológicos", afirmou à *Juventude.br* o professor universitário Marcos Dantas, coordenador do Instituto de Mídias Digitais da PUC-Rio. Para descrever o modelo que cerca os marcos regulatórios da comunicação, Dantas compara o advento das novas tecnologias com as grandes invenções



da história. Lembra que, por trás de descobertas das mais célebres — a lâmpada incandescente, o telefone, o telégrafo sem fio —, não estão apenas nomes como os de Thomas Alva Edison, Alexander Graham Bell ou Guglielmo Marconi. "Dezenas de cientistas se envolveram em experiências que resultaram nesses feitos. Mas só alguns, eventualmente, ficaram mais famosos — e ficaram porque conseguiram unir o talento de inventor ao talento de capitalista. Eles foram ágeis para patentear, encontrar as associações de capital necessárias, construir empresas pioneiras. Os outros foram apenas inventores e desapareceram." Em praticamente todos os momentos históricos, o desenvolvimento tecnológico refletiu os conflitos da sociedade. "A tecnologia nunca nasce do nada", resume Dantas. "Nos anos 50, quando a robótica ainda estava incipiente em laboratório, os Estados Unidos perceberam a automação industrial como uma possível tecnologia capaz de diminuir o poder do sindicato no chão de fábrica. É uma direta apropriação tecnológica voltada à luta de classes."

O desafio está dado: a juventude em particular e o conjunto da sociedade em geral também precisam incorporar, em seu favor, as novas tecnologias que proliferam em meio ao acelerado processo de convergência. É fato que, até o momento, a cadeia produtiva da comunicação tende à verticalização. Cada vez menos empresas controlam mais e mais a criação, a programação e a transmissão de conteúdos. Um setor especialmente afetado é o audiovisual. Mesmo em nações desenvolvidas ou em desenvolvimento, são poucas as legislações que, a exemplo da francesa, protegem a cultura nacional contra a hegemonia norte-americana na TV e no cinema. O acesso à TV paga é crescente em escala mundial, a tal ponto que em países como Japão e Holanda não há mais residências com acesso exclusivo às emissoras abertas — todas as casas já recebem programação paga via satélite ou por cabo. Nos Estados Unidos, a TV paga chega a 90% dos domicílios. Além do mais, os americanos já finalizaram a era da transmissão analógica, que foi definitivamente desligada pelas

Mesmo em nações desenvolvidas ou em desenvolvimento, são poucas as legislações que, a exemplo da francesa, protegem a cultura nacional contra a hegemonia norte-americana na TV e no cinema.

emissoras à meia-noite do último dia 12 de junho. As cerca de 3 milhões de residências sem receptor digital ficaram sem TV.

A experiência brasileira padece de certas singularidades, especialmente a letargia. O fim da transmissão analógica, por exemplo, está previsto apenas para 2016. A TV paga, ainda modesta, mas emergente, passou de 3,5 milhões de residências em 2003 para 5,6 milhões em 2008. O que permaneceu inalterado foi a tendência ao oligopólio. “As operadoras são hoje os filtros entre o espectador e as redes de TV por assinatura que se criam no país. Duas delas detêm cerca de 80% do mercado. Na medida em que cresce o mercado de TV por assinatura, as operadoras mais se aproximam do papel de uma concessionária de TV aberta”, denunciou o jornalista Nelson Hoineff, em recente artigo para o Observatório da Imprensa. Segundo ele, “o negócio da TV por assinatura nasceu e cresceu como alternativa às limitações naturais

da TV aberta. No Brasil, ‘alternativa’ deixou de ser uma palavra adequada. A TV por assinatura reza pela cartilha da TV aberta, segue a mesma lógica, exclui os que já estavam excluídos, inclui os que já estavam incluídos”.

O canal pago de maior penetração no Brasil é o Discovery Kids, que, no ano passado, tinha 4,8 milhões de assinantes. À baixíssima qualidade que, com raras e nobres exceções, dominava a programação infantil e juvenil nas emissoras abertas, soma-se agora um universo de atrações padronizadas para crianças, adolescentes e jovens, do tipo “politicamente corretas”, gestadas nos marcos na indústria cultural e atreladas ao consumismo, sob a égide dos valores norte-americanos. A legislação do setor, pouco criteriosa, determina a defesa da cultura brasileira e da língua portuguesa apenas na TV aberta, não na paga. O problema é que as novas “febres”

infanto-juvenis, além de atenderem, todas elas, por nomes (e princípios) estrangeiros — High School Musical, Backyardigans, Ben 10 —, já migraram das emissoras pagas para os canais abertos. De acordo com a Folha de S.Paulo, em novembro de 2008 Backyardigans era exibido em 54 países e tinha mais de 800 produtos licenciados.

É imprescindível que também a luta pelo conteúdo brasileiro no audiovisual seja liderada por representantes legítimos da sociedade. Entidades como o Intervezes — Coletivo Brasil de Comunicação Social — e o FNDC (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação) já se destacam nesse sentido. Mas uma batalha de tal envergadura não será decidida enquanto não contar com o apoio dos movimentos estudantis, comunitários, sindicais e de outros setores organizados. Há um risco de que a TV Globo, numa manobra ardilosa, assuma a vanguarda desse discurso, supostamente em defesa do país — mas na realidade porque ela, uma gigante todo-poderosa no Brasil, é rival nanica diante das teles estrangeiras. E não só a Globo. Conforme enfatiza Marcos Dantas, a soma do que arrecadam todas as emissoras do país é inferior ao faturamento de qualquer um dos maiores conglomerados midiáticos. “Na verdade, se todo o PIB do audiovisual brasileiro estivesse nas mãos de uma única empresa, essa empresa seria apenas a 12ª do mundo na área de mídia”, contabiliza o professor da PUC.

Estão nesse exato ponto os interesses da Globo — a emissora que se arvora como reduto da programação genuinamente brasileira, mas não titubeia em beber na fonte dos sucessos internacionais, como o próprio High School Musical e séries como 24 Horas, Lost e Prison Break. É a mesma Globo que faz parcerias

À baixíssima qualidade que, com raras e nobres exceções, dominava a programação infantil e juvenil nas emissoras abertas, soma-se agora um universo de atrações padronizadas para crianças, adolescentes e jovens, do tipo “politicamente corretas”, gestadas nos marcos na indústria cultural e atreladas ao consumismo, sob a égide dos valores norte-americanos.





com produtoras estrangeiras como a holandesa Endemol para trazer ao Brasil reality shows execráveis, ao estilo do Big Brother Brasil e do Jogo Duro. De quebra, a emissora da família Marinho conta com um braço dentro do governo Lula desde agosto de 2005, quando o ex-repórter global e senador Hélio Costa (PMDB-MG) assumiu o Ministério das Comunicações (Minicom). Como ministro, Costa seguiu à risca a agenda pautada pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) — Rede Globo à frente —, interrompendo ações democratizantes levadas a cabo por seus antecessores, Miro Teixeira (PDT-RJ) e Eunício Oliveira (PMDB-CE).

Em maio, durante a abertura do 25º Congresso Brasileiro de Radiodifusão, realizado pela Abert, Hélio Costa escancarou seus pontos de vista e deixou claro que está na ativa. Até demonstrou preocupação com a invasão do capital estrangeiro e das teles na área, ao dizer que “o setor de comunicação fatura R\$ 110 bilhões por ano. Desse total, somente R\$ 1 bilhão é do rádio e R\$ 12 bilhões das TVs. O resto vocês sabem muito bem onde está”. Por outro

lado, ao propor pretensas soluções, atacou de forma bisonha as novas tecnologias, revelou preconceito contra a juventude e cometeu uma série de sandices. “Você vai pegar o seu filho ouvindo o iPhone dele, ouvindo o iPod dele — e esquece de ouvir o nosso rádio. A gente tem que criar alguma coisa diferente para esta juventude, que está deixando de ver televisão e só fica dependurada na internet. A juventude que não ouve mais rádio e que fica só com aquele fonezinho no ouvido, ouvindo a música que quer. Essa juventude tem que voltar a ouvir rádio, tem que voltar a ver televisão”, provocou o ministro, esquecendo ou omitindo que a internet também propicia acesso à TV e ao rádio — o que muda é a mídia, o meio.

Com Costa, ademais, encerrou-se a perspectiva de o governo federal reconhecer a comunicação como um direito humano — ou seja, um direito que pressupõe a ação do Estado, por meio de políticas públicas e mecanismos de participação popular, para garantir a liberdade de expressão e o acesso livre à informação. Daí a atual feição elitista do Minicom, a escalada de criminaliza-

ção das rádios comunitárias, o lento e burocrático processo de inclusão digital. À revelia de Hélio Costa, o governo Lula convocou, para os dias 1º, 2 e 3 de dezembro, a Conferência Nacional de Comunicação. Embora os poderes dessa iniciativa sejam limitados e estejam parcialmente sob os auspícios do Minicom, a conferência é uma oportunidade histórica para a juventude e a sociedade intervirem nos debates regulamentadores das comunicações no Brasil. As discussões ocorrem num momento de reconfiguração do capitalismo. É necessário criar órgãos reguladores para todos os sistemas, com especial atenção aos marcos regulatórios das telecomunicações. É preciso democratizar o regime de concessões públicas de rádio e TV, com concessões mais transparentes e rigorosas. Essa batalha foi ganha, até aqui, pelo capital. Em nome de sua própria história e da soberania nacional, a juventude não pode abrir mão dessa estratégica bandeira de luta. ●

*ANDRÉ CINTRA é jornalista, editor de Mídia e Movimento Sindical do Portal Vermelho (www.vermelho.org.br)