

Resenha

**A televisão na era digital:
interatividade, convergência e novos modelos de negócios**
(Newton Cannito, Summus Editorial, 2010).

Ana Carolina Vanderlei CAVALCANTI¹

O autor do livro *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócios*, Newton Cannito, é um estudioso e também um profissional da área. Além de doutor em televisão pela Escola de Comunicação e Artes (ECA-USP), ex-secretário do Audiovisual do Ministério da Cultura, diretor do Instituto de Estudos de Televisão (IETV) e da Fábrica de Ideias Cinemáticas (FICs), dirigiu documentários premiados, foi um dos criadores e roteiristas da série *9mm: São Paulo*, transmitida pela FOX, roteirista da série *Cidade dos Homens* (Rede Globo) e da novela *Poder Paralelo*, de Lauro César Muniz (Rede Record).

Com esse currículo, Cannito se propõe a discutir, nesta obra, os desafios da televisão na era digital e o que vai acontecer com o conteúdo característico do veículo, seja ele exibido na própria TV, no celular ou no computador. O discurso não é acadêmico, embora apoiado em referências de autores consagrados da Comunicação, da Televisão, do Cinema e das Mídias Digitais. O texto fala, de maneira clara e simples, para estudantes, profissionais, pesquisadores e curiosos sobre o assunto. Inclusive a estrutura do livro favorece a consulta de pontos específicos, porque cada um dos capítulos, ou subcapítulos, pode ser lido de forma independente.

O autor utiliza a introdução da obra não apenas para apresentar o trabalho. Como “alguém que gosta de televisão” e vê com bons olhos as mudanças em curso provocadas pela tecnologia digital, ele aproveita o espaço e o diálogo com o leitor para desconstruir² alguns mitos apocalípticos. Entre eles, o de que a TV desaparecerá, pois o público vai migrar para mídias como games e internet.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB). Mestre em Jornalismo Internacional pela City University, Especialista em Relações Internacionais pela UNICAP.

² Há em boa parte dos argumentos, apresentados ao longo do livro, uma dose de sarcasmo, como bem afirma, no prefácio, o Presidente do Instituto de Estudos de Televisão Nelson Hoineff.

No livro, dividido em quatro capítulos, Cannito afirma que não há a intenção de encontrar respostas definitivas para as inúmeras possibilidades que poderão delinear a televisão na era da convergência. Diferencia-se de outros autores, porque usa o espectador como ponto de partida de suas hipóteses e sugestões, não a tecnologia.

O objetivo do primeiro capítulo é entender o que é a televisão de fato, como se diferencia de outras mídias e quais são as suas especificidades. Para isso, Cannito volta aos conceitos básicos e discute o que os críticos acham que seria a televisão ideal, para contrapor com sua posição: “procuro valorizar o que a televisão faz de melhor, e não o que ela ‘deveria ser’. Muitas definições de qualidade em televisão tentam transformá-la em ‘outra coisa’, outra mídia. Considero essas definições autoritárias, pois querem neutralizar uma forma de expressão, destruir uma mídia para que ela vire outra considerada superior” (p. 38).

Algumas das características da televisão destacadas pelo autor são: “ela é mais jogo do que narrativa, mais fluxo do que arquivo, está mais para arte *pop* do que para arte clássica, trabalha com séries e com processos vivos (e não com produtos prontos). Por fim, a televisão não é teatro, não é cinema, nem internet. É uma mistura de circo e rádio” (p. 41).

O ambiente no qual acontecerá a televisão digital, o debate sobre tecnologia e novos modelos de negócio são tratados no segundo capítulo do livro. Cannito apresenta modelos de outros países, o caso brasileiro, o ambiente da convergência digital (“a convergência remodela tudo: da linguagem à organização das empresas, que estão revendo seu plano de negócios e reorganizando seu modelo de produção” p-84) e as várias plataformas da TV digital. O autor também contextualiza a disputa entre padrões tecnológicos da TV digital no Brasil, discute a TV na internet e a TV móvel.

Já na terceira parte, a obra traz hipóteses de quais formatos e serviços se consolidarão no ambiente da TV, assim como procura desconstruir alguns mitos. Cannito faz um alerta: “como o tema é extremamente atual, pesquisadores e profissionais são obrigados a tatear os caminhos e a experimentar as possibilidades de ação num mundo quase desconhecido. A bibliografia ainda é escassa, e a falta de um estudo aprofundado faz surgir uma série de mitos” (p. 134), como, por exemplo, a ideia

de que vivemos uma espécie de “Ano Zero” e que está para surgir uma nova era da televisão, completamente diversa da atual³.

O capítulo três aborda ainda tecnologia, formatos e processos de produção, a imagem digital e a realização na televisão digital, a interatividade, as tendências da cultura digital, democratização e conteúdo colaborativo.

O autor fecha o último capítulo, o quarto, com a análise de dois casos de sucesso da nova televisão: *Lost* e *Big Brother*. Ele apresenta as iniciativas, consideradas inovadoras nos gêneros “ficção” e “*reality show*” (considerado o mais digital de todos os gêneros televisivos), ressaltando em que medida as possibilidades digitais distanciam esses programas do modelo analógico e de que maneira os novos elementos permitem que o gênero já presente na televisão tradicional seja realizado de forma mais completa.

Nas conclusões, Cannito diz que aqueles que apenas defendem o uso do potencial tecnológico sem pensar em como ele é apropriado pelo público estão longe de entender o que realmente vai acontecer. “[...] a tecnologia não modifica tudo. Fundamentalmente, ela não altera o fato de a espécie humana continuar sendo humana. Existe uma matriz humana que permanece, com as mesmas necessidades de imaginário que sempre teve: demandas concretas por mundos de fantasia, momentos de relaxamento, narrativas que dão sentido à existência e muito mais” (p. 213).

Ele também enfatiza que “o digital não vai destruir a televisão; vai contribuir para sua evolução natural, na medida em que potencializa suas características. As melhores soluções tecnológicas, portanto, serão sempre as elaboradas em diálogo com as necessidades do público” (p. 213). Afirma que a era digital é uma nova era para a comunicação “mais democrática, que oferece às pessoas a possibilidade de se comunicarem melhor e, ao fazer isso, minimizar conflitos e construir uma sociedade mais harmônica” (p. 214). Coloca ainda que o digital supera falsas dicotomias: “a cultura digital redescobriu o conceito de comunidade, em que o coletivo é formado pela ênfase na individuação de cada pessoa. Assim, ao mesmo tempo em que surgem coletivos de criação, valoriza-se a autoria” (p. 214). E, por fim, o autor defende que a televisão não se descaracterizará com a chegada do digital. “Em vez de eliminar mídias anteriores, o digital tornará cada mídia mais específica” (p. 218). Ele propõe, inclusive,

³ O autor defende que mais do que “a existência de possibilidades tecnológicas, são os hábitos culturais e sociais de consumo que determinam o caminho a ser percorrido pela TV digital” (p. 134).

para esta “nova” TV o termo 1.5⁴, “isto é, antes de tudo, a televisão em seu máximo potencial, exercendo todos os seus potenciais criativos” (p. 219).

No anexo, Cannito apresenta proposições de ações que, segundo ele, podem ajudar a transformar a televisão brasileira, garantindo seu desenvolvimento pleno na era digital. Ele analisa como se posicionam os jogadores no mercado nacional e como é organizado o modelo que define as relações entre televisão pública, emissoras comerciais, poder público, espectadores, produtores independentes e artistas criadores. Retoma pontos de capítulos anteriores, com propostas de atuação para os segmentos citados acima e alterna debates de política cultural com debates sobre política científica e cultural. Um dos aspectos mais interessantes dessas análises é a crítica que faz a forma como a televisão comercial brasileira é dependente da medição de audiência instantânea, adotada nos anos 1990 e a constatação de falência desse modelo.

Não seria exagero dizer que o trabalho de Cannito está para os profissionais e estudiosos da televisão, que tentam entender o desenvolvimento do digital e as transformações por que passa a TV, assim como o livro de Henry Jenkins, *Cultura da Convergência*, está para os que buscam informações e referências sobre a convergência de mídias, narrativa transmidiática, economia afetiva, entre outros conceitos.

Nesta obra, publicada em 2010, Cannito utiliza muitos dados recentes, o que confere ao livro um caráter de atualidade. Porém, como o momento ainda é de experimentações e mudanças constantes e rápidas, alguns exemplos já estão modificados. O *Joost*, citado como modelo de site de vídeo na web (e “concorrente” do *Youtube*) é um deles: encontra-se em reavaliação. Outro, o *FIZ*, do grupo Abril, mudou de proposta e de “endereço”. Mas, este, o autor teve tempo de atualizar o leitor com uma nota de rodapé.

O livro surpreende mais pelos aspectos positivos (contextualizações, críticas e proposições), mas também chama atenção, em alguns momentos pontuais por deixar lacunas. Por exemplo, o leitor pode ficar confuso quanto à localização das análises feitas pelo autor, quando este discorre sobre as características do veículo televisão: ele fala sobre a TV no mundo ou está se atendo a especificidades do contexto brasileiro?

⁴ Em contraposição à expressão 2.0 (o termo web 2.0 é uma criação da empresa americana O’Reilly Media), que pressupõe domínio de características que são da internet.

No que se refere à escolha do governo federal pelo sistema de TV digital japonês, Cannito apresenta as diferenças entre as três opções disponíveis no mercado: além da japonesa, a americana e a europeia. Porém, concentra-se mais nas questões tecnológicas e mercadológicas do que nos interesses políticos em jogo. Não que ele não fale sobre o assunto, só não despende muita energia ressaltando esse aspecto nem assume uma postura crítica com relação à definição brasileira.

Escorregada maior foi citar um verbete do Wikipédia sobre pixel. Com tantas fontes acadêmicas de credibilidade, o que justificaria a escolha por uma definição apresentada por uma “enciclopédia” aberta, na qual pairam, com frequência, questionamentos sobre a veracidade de suas informações?

As observações anteriores, no entanto, não desmerecem o trabalho de Cannito, que deve ser consultado como referência para iniciantes e iniciados nos estudos sobre a televisão na era digital. A escassez de obras aprofundadas sobre o tema, em permanente desenvolvimento, faz desta publicação ainda mais importante.