

TECNOLOGIA DIGITAL NA TV E A CRIAÇÃO DE ESPAÇOS PÚBLICOS COLABORATIVOS E EDUCATIVOS

Ricardo Bedendo



Uma das questões mais debatidas atualmente entre pesquisadores, educadores e profissionais de Comunicação Social refere-se às possibilidades de utilização da tecnologia digital para a criação de espaços que motivem a ampla participação social na produção e disseminação de conhecimento, no contexto de uma cultura infomidiática e colaborativa, pautada na idéia de relacionamentos em rede. No Brasil, a instituição do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), em 2003, por meio do decreto 4.901/03, deu novo fôlego ao histórico debate sobre a maior participação pública nos espectros midiáticos e, por extensão, na construção de espaços alternativos que representem maior diversidade cultural. O contexto se configura em tons polêmicos, porque o ideal de uma comunicação mais democrática esbarra, novamente, na certeza de que essas conquistas estão concentradas em ambiente de disputa política e, acima de tudo, comercial e ideológica.

A opinião emitida pela Frente Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV Digital (2007, p.2), deixa em evidência a necessidade de "[...] criação de canais públicos com independência editorial, gestão

participativa e democrática, financiamento público estável e programação que reflita a diversidade cultural do país e dê voz aos setores oprimidos da população [...]”. Questionamentos, como esse, fazem emergir uma pergunta com teor complexo: a televisão digital pública, como propõe o governo, irá conseguir considerar os aspectos de independência, conteúdo e sustentabilidade, atuando econômica e politicamente desvinculada daqueles que pagam suas contas? (BEDENDO et al., 2009). Uma primeira resposta passa pela interpretação da expressão “pública”. O jornalista Alberto Dines (2003, p.17) aponta um caminho interessante para essa reflexão quando afirma que, ao falarmos nessa entidade chamada TV pública, “precisamos levar em conta que a mídia, como um todo, é pública [...] a imprensa concerne à sociedade, mesmo sendo uma imprensa privada”.

Estamos diante, então, de um entendimento de que o bem “público” se constitui, seja qual for a identidade institucional, pela responsabilidade e o compromisso com uma “pedagogia midiática”, como trata o americano Henry Jenkins (2008, p.269), ao se referir aos potenciais comunicativos da cultura da convergência. Especialmente nas escolas, em seus diferentes níveis de formação, a responsabilidade primeira está em perceber que essa convergência digital é muito mais do que um processo de mudança tecnológica. Como diz Jenkins, ela “ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros” (2008, p.28). Ou seja, a utilização da técnica deve ser mensurada por seu valor sócio-cultural, de transformação e de constituição de oportunidades para o envolvimento público das pessoas nos espaços colaborativos, que sejam capazes de criar discursos com força de articulação e que, conseqüentemente, favoreçam a constituição do sentido pleno de cidadania. O uso dessas ferramentas digitais deve se preocupar com a auto-estima do cidadão, quer dizer, a cultura participativa “é também algo no qual os membros confiam em suas contribuições e sentem algum grau de conexão social” (JENKINS et al., 2006, p.8).

Essa consciência digital é importante para formarmos indivíduos ou grupos articulados de pensamento com capacidade de impor discursos alternativos, que interferiam nas decisões corporativas tradicionais, como no caso dos atores envolvidos no processo de digitalização da TV no Brasil. Em 2006, o próprio Jenkins, junto com outros pesquisadores, elaborou um relatório sobre os desafios da cultura participativa na formação educacional dos jovens e sugeriu três preocupações que remetem à intervenção política e pedagógica: **lacuna de participação**: o acesso desigual para oportunidades, experiências, habilidades e conhecimento que preparam os jovens; **o problema da transparência**: as formas de aprendizado devem fazer com que os jovens enxerguem claramente as maneiras pelas quais a mídia modela as percepções do mundo; **o desafio ético**: como o rompimento com as formas tradicionais de socialização vai interferir na preparação dos jovens para exercerem seus papéis públicos, como produtores de mídia e participantes em comunidades. Os desafios estão lançados. No mundo telânico, formado por telas onipresentes, multiformes, planetárias e multimidiáticas (LIPOVETSKY e SERROY, 2009, p.23), é fundamental que essas plataformas sejam usadas e interpretadas com a preocupação da constituição de seus conteúdos e de seus impactos na rede social.

.....

√ Ricardo Bedendo: Jornalista, Mestre em Ciências Sociais e professor da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Referências bibliográficas (ou textuais):

- BEDENDO, Ricardo et al.; "O Processo de Convergência Digital e o Desafio da TV Pública". CES Revista, V.23, 2009, p47-62.
- DINES, Alberto. Toda mídia é pública. In: O DESAFIO da TV Pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Organizado por Beth Carmona; Marcus Flora et al. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.
- FRENTE Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV Digital. Carta Aberta ao Governo Lula e ao Povo Brasileiro por um Sistema

Democrático de Rádio e TV Digital. [on line] Disponível em: http://www.ciranda.net/spip/img/rtf/carta_aberta_ao_governo_lula_e_ao_povo_brasileiro_por_um_sistema_democratico_de_radio_e_tv_digital.rtf. Acesso em: 26 mar. 2007.

- JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.
- JENKINS, Henry et al.; Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21 st Century. The MacArthur Foundation, Chicago, 2006.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A Tela Global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Tradução de Paulo Neves. Porto Alegre: Sulina, 2009.