

MURILO CÉSAR RAMOS

“UM PAÍS COMO O BRASIL NÃO PODE ABRIR MÃO DA TV ABERTA”

Concedida a Felipe Mateus em 02 fev. 2017

Murilo César Ramos: é professor aposentado da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) e pesquisador do Laboratório de Políticas de Comunicação (LaPCom). É também integrante do Centro de Políticas, Direito, Economia e Tecnologias das Comunicações (CCOM), ligado à mesma instituição. Graduado em Comunicação, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Paraná, é Mestre e Doutor em Comunicação pela Escola de Jornalismo da Universidade de Missouri-Columbia (EUA). Possui ainda pós-doutorado pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e pela Universidade de Columbia (EUA). É autor/organizador de obras como: Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas (Editora Paulus), Às Margens da Estrada do Futuro: comunicações, políticas e tecnologia (UnB) e Estado e Comunicação (Editora Casa das Musas).

ISSN (2236-8000)

entrevista

Existe futuro para a TV aberta? De acordo com as hipóteses levantadas por Murilo César Ramos, professor aposentado da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), fundador e pesquisador do Laboratório de Políticas de Comunicação (LaPCom), ligado à mesma instituição, a televisão aberta ainda conta com demanda de público, interessado na transmissão de grandes eventos, e também com o importante papel social de promover uma unidade cultural entre os brasileiros. Porém, as tendências apontam que a teledramaturgia deve migrar progressivamente para os serviços de streaming. Nessa dinâmica, quem sai perdendo são os canais a cabo. Essas e outras questões foram discutidas por Ramos durante o Seminário “Políticas de Comunicação”, realizado entre os dias 1 e 2 de fevereiro pelo Programa de Pós Graduação em Mídia e Tecnologia da Faac/Unesp. Em entrevista à Revista Comunicação Mudiática, Ramos comenta sobre seus novos temas de pesquisa a respeito do futuro da televisão e ressalta a importância da manutenção de serviços públicos de radiodifusão no Brasil.

Seu seminário ministrado aqui na Unesp em Bauru discutiu a televisão, mais precisamente o futuro da televisão. Quais as ideias que você trouxe para o seminário?

Eu trabalhei a questão da televisão baseado em um trabalho que estou tentando elaborar sobre uma visão futura da televisão. Ele envolve uma ideia que é muito recente para mim, que é o mundo do streaming e a tentativa de entender o que está acontecendo e as potencialidades da internet. Isso porque, por exemplo, o Mark Zuckerberg está iniciando um projeto para fazer com que o Facebook esteja também na televisão, algo como o YouTube, que o aproxime do que hoje o Google faz, uma plataforma de vídeos profissional. Para quem começou em uma lógica apenas peer to peer, hoje o YouTube tem canais altamente sofisticados. Por isso, o Facebook sabe que ele, como rede social, está condenado. Se ele ficar apenas como rede social não dura mais dez anos, porque outras redes virão, já há um certo cansaço em relação a ele, as próprias gerações mais novas preferem o Snapchat, os Moments do Instagram. Tudo isso o Facebook está trabalhando, porque ele sabe que se não desenvolver algo mais pesado em vídeo, ele está fora do mercado. Pelo menos é o que tenho lido e é o que minha sensibilidade diz. Então essa é minha inquietação, entender a internet e sua relação com a televisão. A questão é que o streaming hoje é a grande novidade da televisão, como a Netflix, Hulu, Amazon Prime. A internet consagrou o conceito comunicacional de OTT, Over The Top, que é uma metáfora, mas tomou uso corrente para se referir às empresas da internet. O Marco Civil da Internet foi todo discutido em cima dessa discussão, das empresas over the top, da internet. Aí eu me deparei com a ideia, sobre a questão da televisão, que seria o OTA, Over The Air. Na realidade, o conceito completo seria Free Over The Air Broadcast, televisão gratuita pelo ar.

Seria uma forma de streaming aberto?

Não, é a televisão. É uma forma de se referir à televisão. Essa discussão sobre novas tecnologias, mídias digitais, ela é cheia de acrônimos, porque

tudo evolui muito rapidamente, surgem siglas para explicar até o que é inexplicável (risos). Eu achei interessante para fazer um contraponto. Qual é a disputa cultural e de mercado que existe hoje? A que existe entre o streaming e a televisão por assinatura. Contrariamente ao que se imaginava, talvez essa até seja minha hipótese de pesquisa, não seria a televisão aberta que seria consumida pela internet. Há sinais de que ela terá uma sobrevida. O risco que existe hoje, e que de fato talvez mude em cinco ou dez anos, é o de que a televisão paga por assinatura acabe da forma como nós a conhecemos hoje. As novas gerações não estão interessadas em pagar por um pacote de 200 reais de uma grade de canais de tv a cabo, isso não faz mais sentido. Eles querem o quê? Uma boa banda de internet para poder ver Netflix e trabalhar todas as potencialidades da internet, com o YouTube, as redes sociais. Qualidade de banda é a palavra. Então, de fato, hoje você tem uma tendência de dispensar o cabo ou o satélite. Hoje o que a pessoa quer é um bom pacote de internet e acesso aos serviços de streaming. E aí eu me deparei com algumas questões interessantes. A rede pública de televisão dos Estados Unidos, a PBS, acaba de lançar um canal broadcast, televisão pelo ar, só com programação infantil. É uma questão interessante que inquieta, porque isso tem um custo. Se uma empresa, ainda que de interesse público, não comercial, nos Estados Unidos, está fazendo um baita investimento para colocar um canal pelo ar, e as pesquisas mostram que, não só nos Estados Unidos, existe uma tendência de cortar o cabo e manter o consumo de TV aberta, então é um investimento que vale a pena. Por outro lado, as pesquisas mostram que, pelo menos, 20% de lares nos Estados Unidos só recebem TV aberta. Para uma população de 300 milhões de habitantes, você tem 60 milhões que, por opção ou por falta de recursos, só recebem TV aberta. Então eu vou atender a essas pessoas levando a elas programação pelo ar, coisa que já faço, inclusive com um canal infantil. Então isso começou a me chamar a atenção.

Ou seja, ainda existe demanda para TV aberta?

Sim. Não será mais aquela demanda generalista, e aí trazendo para o caso brasileiro. Esse é um pensamento meu ainda em andamento que eu resolvi compartilhar na Unesp, mas ainda com suas imperfeições. Por exemplo, tem uma frase do Otávio Florisbal, ex-diretor geral da (Rede) Globo, que se aposentou em 2011, que diz “o horizonte da Tv aberta é de dez anos. Até que a internet venha a ser um concorrente para nós”. Eu já tinha essa interpretação do cenário atual, inclusive guardei essa frase nos meus apontamentos, e penso que a Globo tem para ela o projeto de dez anos, inicialmente, para se manter enquanto televisão aberta que é. Isso foi em 2011, nós estamos em 2017. Daqui a pouco o prazo vence. Claro, não é uma data fixa, mas isso afeta o planejamento estratégico deles, com toda a certeza. Sinal disso é a experimentação que hoje a Globo tem com as séries, com formatos cada vez mais curtos. Agora no início do ano a adaptação de Dois Irmãos, obra prima do Milton Hatoun, é um formato típico para streaming. Novelas longas não servem para streaming. Ninguém quer ficar um ano assistindo algo na Netflix, mas duas semanas, dez episódios, com certeza. Então ela quer estar nesse mercado. A Globosat tem o segundo maior faturamento de mídia do Brasil produzindo conteúdos. A (editora)

Abril, por exemplo, quebrou. Ninguém mais quer fazer revista. Então a tendência não é a TV aberta desaparecer. Uma TV comercial como a Globo possivelmente não se manterá da mesma forma, mas sempre haverá essa demanda, seja em nichos da sociedade mal contemplados, ou então pela opção das pessoas pela TV aberta por conta do tipo de conteúdo.

Quais conteúdos ainda encontram demanda na TV aberta?

Os grandes eventos, por exemplo, as competições esportivas. Eles não servem para streaming. E elas continuam muito presentes na TV aberta. O Super Bowl, que é a maior audiência durante todo o ano na TV dos Estados Unidos, é transmitido pela TV aberta. Quem quer ver tem que ter acesso à TV aberta, seja por antena, seja pelo cabo. Oscar, festivais, as notícias locais, há um tipo de programação que não vai ser atendida pelo streaming. Então há sinais, e isso para mim é uma grande oportunidade de pesquisa, que mostram que a TV aberta, que eu acho interessante chamar de OTA, para se contrapor ao OTT, tem uma sobrevida. Foi essa questão que eu trouxe aqui para o seminário da Unesp. Agora a missão é aprofundar isso, refinar essas ideias com leituras, com entrevistas, e verificar se essa minha observação não pode se tornar um ramo de pesquisas em nosso programa de pós-graduação¹.

¹ Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB)

Pelo que você apresenta, o futuro da TV aberta então é se fixar na transmissão de eventos, enquanto a ficção deve migrar para o streaming?

O que eu entendo é que essa sobrevida da TV aberta não deve se aplicar a TV comercial. Esse é um fator complicador. O caso brasileiro é de um mercado altamente concentrado na televisão comercial, é o que todo mundo conhece como o monopólio da Globo. O que ocorre é que o mercado publicitário brasileiro não comporta mais do que duas grandes redes comerciais. O professor Octávio (Penna Pieranti)² apresentou hoje que a Anatel projeta a existência de 17 redes comerciais no Brasil, sendo que dessas 10 são ligados a igrejas. Então eu entendo o quê? Se essa tendência de sobrevida se confirmar, ela não se estende à TV comercial, até porque o mercado publicitário capaz de sustentar uma programação cara já migrou para o streaming, para a TV paga, para outras plataformas. É só você olhar um pouco para os patrocínios dos programas da Globo. Hoje os carros de luxo, as grifes, não estão mais na TV aberta. Aquele antigo anunciante que pagava uma fortuna pelo intervalo comercial não tá mais na novela. Você tem muitas redes de varejo, supermercados, essa é a tendência atualmente. Claro que ela não é total ainda, mas a tendência é que isso se expanda. E a competição é grande, porque o forte da TV aberta brasileira é a teledramaturgia. Você pode ter novelas, séries, shows, programas de variedades, mas fundamentalmente é a teledramaturgia que sustenta uma programação. Isso mesmo em uma TV não comercial. Veja a importância que a BBC britânica dá à dramaturgia, um dos grandes sucessos da dramaturgia mundial contemporânea foi *Downton Abbey*, que no Brasil foi transmitida pelo GNT, canal por assinatura da Globo, e que é um dos principais sucessos da PBS, a TV pública dos Estados Unidos. Então a teledramaturgia é fundamental, mas ela é muito cara de ser feita. Aliás, é muito caro fazer televisão. Eu fui membro do conselho curador

² Doutor em Administração, Mestre em Administração Pública (EBAPE/FGV), bacharel em Comunicação Social/Jornalismo (ECO/UFRJ) e pós-doutorando em Comunicação (FAC/UnB). Pieranti participou, juntamente com Murilo César Ramos, do Seminário "Políticas de Comunicação", promovido pela Faac/Unesp.

da TV Brasil e vi, é muito caro fazer televisão de uma forma geral. Para o player comercial e ainda sem garantia de retorno não tem como. Qual é a tendência então no meu ponto de vista, e que eu quero explorar em pesquisa? É a migração progressiva para o mundo da internet, do streaming. Volto à hipótese: ou a pessoa tem poder aquisitivo e quer ter internet e acesso ao streaming, e tem também acesso à TV aberta, porque continua tendo sua antena, ou é aquela população desassistida, que não tem condições de arcar com isso e que, se nos Estados Unidos representa 30% da população, no Brasil é muito mais. É aí que eu vejo a oportunidade de uma TV de serviço público no Brasil. Quem vai poder ocupar esse espaço, se ele existir, é uma TV Brasil reconstruída, porque ela foi destruída nesses últimos tempos. Mas como o país está sendo constantemente modificado, não vai ser por essa equipe que está lá e nem dentro dessas políticas. Em algum momento ela, e o país, vão ter que ser reconstruídos. Pode ser em dois anos, na eleição de 2018, pode ser mais para frente.

Você vê na TV Brasil atual esse potencial que você projeta nesse pensamento sobre o futuro da TV?

Eu falei de TV pública pela primeira vez na vida, em público, em 1987. Era um encontro de jornalistas em Brasília, como preparação para a Constituinte. Eu levei quase 30 anos para ver a TV Brasil nascer. Por sorte eu fui membro do conselho curador, fui membro por quase cinco anos. Então o tempo histórico é muito mais longo. Claro que aí me dizem “mas esse governo não é legítimo, eles vão ficar aí?” Espera, eu como pensador falo no longo prazo. Eu vejo que um projeto de TV de serviço público no Brasil pode se beneficiar de uma transição como essa. Se a hipótese que eu estou construindo se aproximar de uma confirmação parcial ou total, há uma oportunidade. Eu já dizia isso, mesmo sem pensar em OTA, OTT, streaming, eu sempre dizia isso. Na verdade, eu era mais radical, sempre pensei que a TV aberta ia desaparecer por outras razões. Mas um país como o Brasil, com sua dimensão territorial e sua diversidade cultural, não pode abrir mão de ter uma TV aberta. Aliás, se a sociedade for cedendo aos poucos a essa tentação de não querer pagar por uma TV comercial e migrar para o pago ou para o streaming, o poder público, o Estado, tem que prover essa demanda de fornecer uma TV pública aberta, de laço social, como pensou o pesquisador francês Dominique Wolton. Uma TV que faça um laço social, que nos una enquanto nacionalidade, enquanto cultura. Essa fragmentação pode até funcionar mais para os Estados Unidos, porque lá existe uma cultura muito mais homogênea e, culturalmente, eles estão muito mais consolidados. Ou aparentemente estavam, com tudo que está acontecendo atualmente, não é mesmo? (risos) Hoje em dia eles praticamente não tem mais uma TV aberta nacional. O share de audiência das redes abertas norte-americanas não chega a 20%. Eles foram consumidos pelo cabo, durante as décadas de 1980 e 1990, e agora todo mundo migrou para o streaming. Mas eles continuam a ser grandes produtores de dramaturgia. Mesmo os grandes sucessos da Netflix, por exemplo, surgem das grandes redes de TV aberta americanas. Então eu enxergo a possibilidade, a ser comprovada por estudos e pesquisas, de que o Brasil precisa que estudaremos e estejamos envolvidos na sobrevivência

³ Empresa Brasil de Comunicação, grupo que engloba a TV Brasil e outros meios de comunicação públicos.

de uma radiodifusão de serviço público. O que eu não imaginava é que a tecnologia poderia nos ajudar.

Com o impeachment de Dilma Rousseff e o início do governo de Michel Temer, mudanças na forma como a EBC³ foram feitas, o conselho curador, do qual você foi parte, foi extinto. É possível fazer previsões do que pode ocorrer com ela?

Nesse momento não. Você não sabe o que vai acontecer com o país em três meses! E se houver a confirmação do que se especula, de que a delação da Odebrecht é tão ampla que ninguém que está atualmente no governo escape dela? Não se sabe. O que ocorre é que há um problema político instalado e que não há alternativas para daqui, por exemplo, seis meses? Eu não vejo saída no curto prazo, mesmo no médio. Agora, a chama precisa continuar acesa. Essa pesquisa que eu proponho é um elemento a mais de esperança, pelo menos para mim. Mas não se sabe em qual tempo isso será possível. Quem sabe em um próximo governo sejam retomados projetos que estavam em pauta no Brasil, o que inclui uma TV de serviço público. Aí você precisa de teoria por trás disso. Enquanto eu estava no conselho da EBC eu publiquei dois trabalhos que apontavam a necessidade de se rever o modelo da EBC. Essa discussão eu já tinha levantado. De repente, eu me deparo com a possibilidade de reforçar essa análise na necessidade de uma TV de serviço público. Mas eu não estou preocupado se vou poder aplicar isso amanhã ou depois. Meu objetivo é construir uma alternativa de pesquisa e conseguir juntar duas coisas, a radiodifusão, que eu sempre estudei, do ponto de vista das políticas, e a internet, o mundo digital, que para a minha geração é assustador! (risos) Eu vou fazer 70 anos. Embora eu tenha lidado com a comunicação a minha vida toda, eu não posso negar que é um pouco assustador.

O fato de você apresentar essas perspectivas envolvendo o potencial das mídias digitais surpreende os pesquisadores?

Todo mundo espera pela minha história acadêmica, pessoal e profissional. Eu sempre trato do passado, porque de fato eu tenho mais passado do que futuro (risos). Mas eu consigo surpreender as audiências com as minhas incursões pela web. Eles ficam surpreendidos também pelo tom otimista que eu coloco ao trabalhar esses assuntos.

Você acredita no potencial democratizante das mídias digitais?

Não. As mídias pelas mídias, não. Eu já vivi isso com a televisão, a ideia de televisão educativa, o projeto de Roquette Pinto, um herói da cultura brasileira, ele quem criou a primeira rádio de serviço público do Brasil, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. No fim, esses meios não são democratizadores. Essa fé inabalável que existe hoje nas mídias digitais, que começou com o uso do Twitter no Oriente Médio, isso não existe. Veja um dado que é assustador: a Oxfam, entidade que lida com trabalho humanitário no mundo, revelou em uma pesquisa que oito homens, pessoas físicas, detêm 50% da renda global. Quem são os oito? Bill Gates, da Microsoft; Mark Zuckerberg, do Facebook; Carlos Slim, da América

Movil, que no Brasil tem a Claro, Embratel e a NET; Mike Bloomberg, dono do grupo Bloomberg; Jeff Bezos, dono da Amazon e agora também dono do Washington Post; e o sexto é Larry Ellison, dono da Oracle, uma grande empresa de TI, de servidores. Além desses, vem o Amancio Ortega, espanhol dono da Zara, e Warren Buffet, mega investidor. Ou seja, dos oito, seis são da área de mídia, TI e internet! Isso não diz nada? Você acha que eles estão preocupados em democratizar o mundo? Claro que não. Essa coisa mítica da internet como algo democratizante então não existe, como a própria televisão, como todos os meios. A democracia é fruto de luta constante, você tem que estar na luta o tempo inteiro. O potencial existe, isso é evidente. A possibilidade é muito maior hoje do que antes, quando só havia a televisão. Mas pense, um recurso como as transmissões ao vivo pelo Facebook, que é uma ferramenta atualíssima, foram um instrumento muito poderoso de alguns grupos nos Estados Unidos que ajudaram a eleger o (Donald) Trump. Não faz sentido pensar que se a internet ajudou a eleger o Trump ela é totalmente democrática. É só lembrar do caso do (Fernando) Collor, que pediu para que a população saísse de verde e amarelo para apoiá-lo, isso inflamou as pessoas e todos saíram de preto, o maior erro que ele podia ter cometido. Isso aconteceu em uma época anterior à internet. Então vai dizer que só com a internet é possível promover mobilização social? Por isso é importante ter pessoas de gerações anteriores, como a minha, para estudar isso e lembrar que não.