

## **Convergência digital: televisão e internet no capitalismo reconfigurado**

Jéssica Mariah Grohmann Finger

Entre as intensas transformações pelas quais os negócios de audiovisual têm passado nos últimos anos, merece destaque a tentativa de fazer convergir internet com televisão. Sem dúvida, trata-se de um empreendimento complexo, tentado em ocasiões pregressas sem o devido sucesso. Na segunda metade da década passada, todavia, novas oportunidades parecem ter surgido, permitindo a algumas empresas começarem a estabelecer um mercado para a comercialização de audiovisual na rede. Este trabalho pretende apresentar este histórico, seguindo a orientação teórica da economia política da comunicação. Tal trajetória será analiticamente descrita adotando como ponto de partida o desenvolvimento do YouTube, analisado como a primeira iniciativa capaz de formar um público para este tipo de negócio. Trata-se, sem dúvida de uma inovação significativa para este segmento. Por um lado, parece possível afirmar que este empreendimento aponta para um padrão tecnoestético possível de ser definido como uma trajetória influente para as atividades futuras de convergência digital, a despeito de ter se focado em usuários amadores, sem um modelo de negócio rentável capaz de transformar seu imenso acervo em resultados financeiros concretos. Por outro, seus concorrentes, que progressivamente tentam ocupar algum espaço neste mercado, parecem historicamente ter sido mais hábeis em criar negócios eficazes. Em grande parte, tais resultados dependeram, contraditoriamente, da criação de laços com produtores tradicionais de conteúdo. Tais iniciativas unem firmas surgidas no mercado de tecnologia de informações com antigas corporações de comunicação. O caso apresentado por este trabalho, como um contraponto ao YouTube, será a tentativa da Apple de comercializar conteúdo Premium, de propriedade de estúdios de cinema e redes de televisão, com especial atenção para suas atividades em nosso país. Iniciativa estabelecida poucos anos depois da explosão do YouTube, possível de ser compreendida como uma resposta direta a seu sucesso, a iniciativa da Apple parece, contraditoriamente, mais bem sucedida exatamente por ser mais conservadora. O laço que cria é não com as comunidades de usuários da rede, como grupos de usuários interativos. Utilizando conteúdos convencionais, seu sucesso se deve ao laço próximo com velhas empresas de comunicação de massa.