

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

**FUTURO DO PRETÉRITO:**

A DIGITALIZAÇÃO DA TV ABERTA COMERCIAL NO BRASIL EM TEMPOS AINDA ANALÓGICOS

DANIEL FONSÊCA XIMENES PONTE

RIO DE JANEIRO (RJ), BRASIL

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

**FUTURO DO PRETÉRITO:**

A DIGITALIZAÇÃO DA TV ABERTA COMERCIAL NO BRASIL EM TEMPOS AINDA ANALÓGICOS

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO APRESENTADA AO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DA ESCOLA DE  
COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO  
DE JANEIRO (UFRJ) COMO REQUISITO PARCIAL PARA  
OBTENÇÃO DO TÍTULO DE MESTRE EM COMUNICAÇÃO  
E CULTURA.

**ORIENTADORA:** PROF.<sup>a</sup> SUZY DOS SANTOS.

DANIEL FONSÊCA XIMENES PONTE

RIO DE JANEIRO (RJ), BRASIL

2013

**DANIEL FONSÊCA XIMENES PONTE**

**FUTURO DO PRETÉRITO:**

A DIGITALIZAÇÃO DA TV ABERTA COMERCIAL NO BRASIL EM TEMPOS AINDA ANALÓGICOS

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO APRESENTADA AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DA ESCOLA DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ) COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENÇÃO DO TÍTULO DE MESTRE EM COMUNICAÇÃO E CULTURA.

RIO DE JANEIRO, 29 DE ABRIL DE 2013.

**BANCA EXAMINADORA**

---

**PROF.<sup>a</sup> SUZY DOS SANTOS** – ORIENTADORA  
DOUTORA EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEA (UFBA)

---

**PROF. MARCOS DANTAS LOUREIRO (UFRJ)**  
DOUTOR EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO (UFRJ)

---

**PROF. VENÍCIO A. DE LIMA (UNB)**  
DOUTOR EM COMMUNICATIONS (UNIVERSITY OF ILLINOIS)

À minha mãe, energia que me constitui e mantém o viver, por todo o amor.

## AGRADECIMENTOS

A vida, que, se oscila, é porque tampouco para.

À minha mãe, Cristina, pela ilimitada dedicação em todos os momentos possíveis, da ajuda no apê no Rio à “representação” em Fortaleza, dos telefonemas diários ao envio de carregamentos alimentícios; por todo o amor neste e em outros momentos.

À minha irmã, Cristiane, meu cunhado, Leandro, minha afilhada, Larinha, e a meu sobrinho Davi, pelos amores perenes, presentes na distância.

Ao meu pai, Amílcar, à companheira dele, Eronildes e aos meus irmãos, Pablo e Jairo, minha cunhada Ivna, meus sobrinhos Bento e Ana Maria e aos (às) que virão, pela felicidade de tê-los (as) em família.

A Célio Freire, pela convivência.

A Universidade Federal do Ceará (UFC), nas pessoas do jornalista Paulo Mamede, do mestre Agostinho Gósson, do professor Nonato Lima e das amigas Leovigilda Bezerra e Almira Murta, pelo apoio imprescindível. Agradeço à UFC, sobretudo, pelo afastamento remunerado, sem o qual seria bem mais difícil a sobrevivência na cidade da Copa e das Olimpíadas.

Ao conjunto do Interozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, pelas inspirações e pela formação cotidiana – em especial, a Sivaldo Pereira, Gustavo Gindre, João Brant, Jonas Valente e Takashi Tome, que muito contribuíram em diferentes momentos da pesquisa, inclusive para a sequência, com tema correlato, no doutorado.

A Suzy dos Santos, por orientar este trabalho entre as demandas dos rebentos – um Luna serelepe e uma Bela esperta – e por mostrar ao mundo acadêmico que o rigor e a seriedade profissionais não são sinônimos de sisudez ou de empáfia, mas, ao contrário, podem se estabelecer com respeito, alegria e equilíbrio.

A Marcos Dantas e Venício A. de Lima, porque, além de aceitarem o convite para a participação na banca examinadora, são referências como pesquisadores comprometidos com o direito à comunicação no país.

A Adilson Cabral, professor e comunicador popular, por contribuir com o trabalho ao concordar em integrar a suplência da banca.

A Diógenes Lycarião de Sousa e Luís Celestino Júnior, que deram preciosas dicas na fase de seleção do mestrado.

A Mônica Mourão, pelas conversas infundáveis, pela companhia de mesas e sofás e por ser uma desbravadora do afeto, sempre – e pelo suporte habitacional nos dias finais.

A Tarcísio Martins, pela confiança, pelo companheirismo e pela solidariedade, originados e confirmados em menos de um ano de convivência como colega e *homemate* e, depois, como um imprescindível amigo.

A Glícia Pontes, Natasha Brand, Aline Baima, Gabriela Catunda, Iana Soares, Janice Monteiro, Érico Firmo, Magela Lima, Misael Martins, André Lima, Rogério Sampaio, João Martins, Marcel Cabral, Thiago Rodrigues, Robson Braga, Cristiane Sampaio, Camila Maciel, Fernando Sousa, Tatiana Lima, Norton Falcão, Alicianne Gonçalves, Chico Célio, Cleisyane Quintino, Lorena Alves, Raquel Dantas, Helena Martins, Larissa Viana, Sharon Dias, Laris Lima e Bia Barbosa, em nome de todos (as) os (as) amigos (as) que podem não ter contribuído diretamente em quase nada, mas existem – e isso basta.

A Iara Moura, pelos papos nos recreios e pelo auxílio nas instigantes digitações.

A Gésio Passos e Jacson Segundo, pela amizade, pela camaradagem e pela albergaria na cidade candanga.

A Gilmar de Carvalho, pela referência de sempre e pela tradicional arte de fazer-se próximo pelas palavras, nunca cessadas em mais de dez anos de amizade.

A “Tchurminha” 2011 – Jhessica Reia, Camila Calado, Sarah Quines e Luiz Coletto –, em especial Lena Benzecry, pelos quase maternais atenção e carinho, e Kelly Martins (*in memoriam*), pela demonstração de que os projetos de vida são inquebrantáveis.

A Armando Pinheiro, Felipe Gurgel, Larissa Lima, Helyenay de Sousa, Gabriel Bomfim e

Bruno Marinoni, em nome da comunidade cearense residente no Rio, pelo companheirismo migrante, e também aos (às) conterrâneos (as) viajantes que me trouxeram muito Ceará nos últimos dois anos.

A Ana Cristina Bomfim, *Baianinha*, por prover carinho, conforto e porto seguro.

A toda a equipe da Escola Popular de Comunicação Crítica (Espocc)/Observatório de Favelas, em nome de Camila Santos, e aos educandos das turmas 2012 e 2013, pelo vigor dos vínculos com tantos repertórios que nos fazem *viver* a cidade.

A Rodolfo Treitel Paschoal, pelo acolhimento analítico em terras cariocas.

A Ana *Julia* Cury, pelos périplos vienenses e pelos diálogos frequentes na sazonalidade, mas, completando o paradoxo, quase nunca presenciais.

A Simone Ramos (e Bruno Amnar-Fuhrer), Luciana Queiroz e Analice Diniz, pela receptividade no alto verão europeu de 2011, semanas estas que foram definidoras.

A Thaís Aragão, pelo abrigo na chuvosa Porto Alegre da (primeira) Compós de 2011.

Às (ao) funcionárias (o) da secretaria, Thiago Couto, Marlene Bomfim e Jorgina Costa, e à coordenação da ECO-Pós, na pessoa de Maurício Lissovsky, pelo respeitoso e colaborativo convívio nas lides como mestrando e como (vice-)representante discente.

Aos (às) funcionários (as) das bibliotecas do CFCH (UFRJ), pelo alojamento para estudos e escritas na reta final desta dissertação, e do Instituto Bennett, pela guarida durante o preparo da qualificação.

A Tiago Fontoura, o Fontas, pela companhia nos dias derradeiros.

*O Tejo é mais belo que o rio que corre pela minha aldeia,  
Mas o Tejo não é mais belo que o rio que corre pela minha aldeia  
Porque o Tejo não é o rio que corre pela minha aldeia.*

(O rio da minha aldeia – Alberto Caeiro)

*Amanhã, se der o carneiro  
O carneiro  
Vou m'imbora daqui pro Rio de Janeiro*

*Amanhã, se der o carneiro  
O carneiro  
Vou m'imbora daqui pro Rio de Janeiro*

*As coisas vêm de lá  
Eu mesmo vou buscar  
E vou voltar em vídeo tapes  
E revistas supercoloridas  
Pra menina meio distraída  
Repetir a minha voz  
Que Deus salve todos nós  
E Deus guarde todos vós*

(Carneiro – Ednardo/Augusto Pontes)

## RESUMO

FONSÊCA, Daniel. Futuro do pretérito: digitalização da TV aberta comercial no Brasil em tempos ainda analógicos. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2013.

Nos períodos anteriores e posteriores ao lançamento do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T), em junho de 2006, e ao início das transmissões digitais com o sistema ISDB-T, em dezembro de 2007, não foram poucas nem pequenas as especulações geradas em torno das mudanças que poderiam vir com a digitalização da televisão aberta comercial. Junto a isso, sedimentava-se a expansão da Internet banda larga no país. O Governo Federal, os radiodifusores e mesmo setores da academia e da sociedade civil construíram a ideia de que a introdução da TV digital no país levaria a alterações não apenas nos modos de produzir e de consumir o meio, mas também nos mecanismos de organização da propriedade e da regulação do setor. Dividido em três capítulos, este trabalho expõe, na primeira etapa, as questões relacionadas às tecnologias da informação e da comunicação, problematizando a construção dos mitos em torno delas e discutindo a abordagem otimista que se faz do “mundo digital” como um espaço a ser inexoravelmente *habitado* por todos em redes potencialmente democráticas. Na segunda parte, baseado em dados empíricos e numa ampla revisão bibliográfica, são analisadas e debatidas as “expectativas” e as “possibilidades” que foram projetadas no Brasil quanto a novidades de serviços e aplicações que seriam ofertadas pela TV digital, tornada “sujeito”. Aponta-se, ainda, o grau de efetividade das transformações ocorridas com a digitalização dos meios de comunicação. Na terceira seção, relatam-se brevemente a radiodifusão e as telecomunicações no Brasil e revisitam-se pelo menos duas décadas de legislações, documentos oficiais, produções acadêmicas e publicações especializadas para examinar os limites e as contradições dos radiodifusores nacionais em todo o processo de implantação da TV digital no país.

**Palavras-chave:** 1. Televisão digital / TV digital. 2. SBTVD. 3. Tecnologias da informação e da comunicação (TICs). 4. Determinismo tecnológico. 5. Políticas de comunicação.

## ABSTRACT

FONSÊCA, Daniel. Future past tense: the digitalization of open commercial TV in the still analog era in Brazil. Dissertation (Master's Degree in Communications and Culture) – Communication College, Federal University of Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2013.

In the periods before and after the launch of the Brazilian System of Digital Terrestrial Television (SBTVD-T), in June 2006, and the start of digital broadcasting with ISDB-T, in December 2007, there were not few nor small speculation generated around the changes that could come with the digitalization of commercial broadcasting television. Along with this, the broadband Internet was expanding in the country. The Federal Government, broadcasters and even sectors of academia and the civil society constructed the idea that the introduction of digital TV in the country would lead to changes not only in the ways of producing and consuming the medium, but also the mechanisms of organization property and regulation of the sector. Divided into three chapters, this work exposes, in the first stage, the issues related to communication and information technolgis, questioning the construction of the myths around them and discussing the optimistic approach that makes the “digital world” as a space to be inexorably *inhabited* by all networks potentially democratic. In the second part, based on empirical data and a broad literature are analyzed and discussed the “expectations” and “possibilities” that were designed in Brazil as new applications and services that would be offered by digital TV, made “subject”. It’s also described the degree of effectiveness of the changes occurring with the digitization of media. In the third section, it’s briefly related the broadcasting and telecommunications history in Brazil and revisited at least two decades of laws, official documents, academic productions and specialized publications to examine the limits and the contradictions of the national broadcasters throughout the deployment process digital TV in the country.

**Keywords:** Digital television / DTV. SBTVD. Information and communication technologies. Technological determinism. Communication policies.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	12
1 TICs: futuro do pretérito? .....	22
1.1 Múltiplas dimensões do mundo digital .....	26
1.2 O capitalista aponta o dinheiro; o otimista vê a rede .....	29
1.3 No Brasil, uma convergência inconveniente .....	33
2 Televisão no capitalismo <i>à brasileira</i> .....	43
2.1 O digital como destino manifesto: determinismos tecnológicos .....	48
2.2 A transição da TV como <i>agente</i> das mudanças .....	53
2.3 As mudanças vieram? .....	60
3 <i>Cambios, sí, pero no mucho</i> : mesmo com o “digital”, o broadcasting resiste .....	70
3.1 O Estado (privatizado) brasileiro, as políticas de comunicação e a TV digital .....	78
3.2 O SBTVD: a televisão entre o futuro e o pretérito .....	88
3.3 A TV digital do discurso à prática: limites e contradições .....	109
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	128
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	141

## INTRODUÇÃO

As genericamente chamadas mídias digitais ainda são colocadas como a superação dos tempos analógicos, quando as comunicações eram majoritariamente unidirecionais, e o ouvinte/espectador/leitor era visto como massa. Por outro lado, apreendida de forma mais crítica, visualizando os diferentes componentes que condicionam essas transformações, a digitalização das comunicações não tem se mostrado efetivamente “revolucionária” no sentido de alterar os estratos sociais que hegemonomizam a sociedade. Essas apostas são creditadas, sobretudo, aos impactos trazidos pela Internet e a tudo o que ela representa hoje principalmente quanto a novas formas de relações sociais, de organização política e de produção de subjetividade a partir de redes e mídias sociais virtuais, ciberativismo, jornalismo interativo, entre outras locuções e terminologias muito presentes em estudos da área.

Não é muito diferente no caso da televisão. Desde os anos 1980, o Japão, os Estados Unidos e os países da União Europeia têm liderado a migração da televisão do sistema analógico para o digital – por possuírem, respectivamente, os sistemas ISDB, ATSC e DVB, as normas mais preponderantes no mundo. De forma mais recente, no Brasil<sup>1</sup>, essa transição é um dos mais relevantes acontecimentos relacionados à digitalização. Isso ocorre devido a diversas motivações: primeiro, pela preponderância que a televisão (ainda) tem em relação aos demais meios; segundo, pelo volume de investimentos em pesquisa, equipamentos, formação, entre outros itens para promover a transição – com demandas também para a população, que deve atualizar os antigos televisores analógicos; e terceiro, pela profundidade que **poderiam** ter tais alterações na forma de produzir e de “acessar” – superando o ato de simplesmente assistir – os conteúdos de televisão, que passaria a ter *status* de mídia interativa.

A necessidade de estudar televisão, principalmente os seus mecanismos de sustentação frente a diversos fatores que tendem a fragilizar o seu modelo de negócios, dá-se pelo fato de a TV aberta comercial ainda manter relativa centralidade no Brasil, em que pesem as entusiasmadas apostas na convergência e na digitalização, o que pode fragilizar esse protagonismo. Para alcançar esse posto, a televisão foi consolidada a partir de duas funções principais: “uma, de integração social, e outra, de manutenção da esfera de poder político e econômico” (Santos, 2004, p. 250). Hoje, a televisão terrestre aberta ainda detém amplo domínio no desempenho desses papéis – no Brasil, toma-se o exemplo maior da Rede Globo.

Outro elemento que sustenta a necessidade desse tipo de pesquisa é a compreensão de

---

<sup>1</sup> Os percursos da TV digital no Brasil são narrados, entre outros, por César Bolaño e Valério Brittos (2007), Marcos Dantas (2007) e Juliano Mendonça Domingues-da-Silva (2010).

Wolton (1996, p. 122) sobre a importância da TV como uma das formas de “laço social”<sup>2</sup> num momento em que a televisão “geralista” (sic), como ele denomina a TV comercial aberta, perde espaço para a televisão “temática”, qualificação dada à TV por assinatura<sup>3</sup>. É exatamente esta a tendência que se verifica no Brasil, com o adendo de que o mercado da chamada “TV fechada” é amplamente dominado pelo capital internacional. Além disso, segundo o autor, a televisão aberta se mostra como uma saída num momento em que “os mecanismos de fragmentação social parecem dominar” a sociedade.

Em termos gerais, a expressão “TV digital”<sup>4</sup> refere-se a uma tecnologia que transforma os sinais de som e imagem em código binário (*bits*) para que sejam transmitidos digitalmente. Assim, devido às características técnicas da codificação digital, potencialmente, muito mais informação pode ser enviada utilizando a mesma largura de faixa de frequência ocupada pela televisão analógica (6 MHz, no caso do Brasil<sup>5</sup>). A digitalização da TV traz um combo de inovações tecnológicas que podem incluir maior definição de som e de imagem, estabilidade na recepção dos sinais, multiprogramação, mobilidade e interatividade. Para receber as transmissões digitais, no entanto, é necessária a compra de decodificadores (também conhecidos como *set-top boxes*) ou de televisores que já venham com conversores (“*built-in*”).

Embora, às vezes, os termos sejam confundidos, TV digital não é sinônimo de HDTV, que é apenas uma das possibilidades da digitalização, mas não a única. Mesmo porque, com a transmissão em definição padrão, é possível transmitir simultaneamente diferentes programações numa mesma faixa de frequência. Essa nova configuração técnica<sup>6</sup> possibilita transmitir até seis programas diferentes em definição padrão<sup>7</sup>, com resolução similar (mas ainda assim superior) à televisão

2 Dominique Wolton (1996, p. 124) explica que a constituição do “laço social” se dá quando o espectador, ao assistir à televisão, “agrega-se a esse público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente, estabelecendo assim, como ele, uma espécie de laço invisível. É uma espécie de *common knowledge*, um duplo laço e uma antecipação cruzada”.

3 Os serviços de TV por Assinatura são prestados utilizando-se de diferentes tecnologias: por meios físicos confinados (TV a Cabo – TVC), mediante utilização do espectro radioelétrico em micro-ondas (Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanal – MMDS) e na faixa de UHF (Serviço Especial de Televisão por Assinatura – TVA), e ainda por satélite (Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura Via Satélite – DTH). Desde 2011, esse serviço, mesmo ofertado por diferentes tecnologias, recebe o nome genérico de Serviço de Acesso Condicionado (Lei nº 12.485/11).

4 O conceito se refere à transmissão de radiodifusão por meio de sinais digitais, diferentemente da *webtv* (transmissão audiovisual via *streaming* na *web*), da IPTV (processo avançado de distribuição de canais de *streaming* de dados direto para uma *set top box* acoplada ao aparelho) e de aparelhos como o AppleTV, que promovem um fluxo direto de arquivos vistos na *web* ou no computador para a tela do aparelho.

5 Além de as características se aplicarem ao contexto brasileiro, esta pesquisa parte do momento em que já se considera superada a etapa de debates em torno do padrão tecnológico adotado para o SBTVD, encerrada quase completamente em 2006, com a decisão do Governo Federal pelo ISDB-T.

6 Na transmissão digital, também não é necessário intercalar uma faixa de frequência desocupada entre os canais para evitar interferências na transmissão analógica, como estabelece a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), promovendo um uso mais eficiente do espectro eletromagnético (Batista, 2005).

7 SDTV (*standard definition television*).

analógica, ou um programa em alta definição<sup>8</sup>. Outra característica da TV digital. Com a otimização da transmissão, a transmissão não apresenta mais chuviscos, ruídos e “fantasmas”, mesmo na definição padrão. Com isso, estaria resolvida uma das principais reclamações dos telespectadores brasileiros em relação à dificuldade de recepção dos sinais.

A capacidade de “dividir” o canal permite a chamada multiprogramação, que não é alvo de interesse dos principais agentes econômicos do mercado de TV, liderados pela Globo, a partir da Abert<sup>9</sup>, e pela Record, por meio da Associação Brasileira de Radiodifusão, Tecnologia e Telecomunicações (Abratel). Da mesma forma, a digitalização da TV aberta não pressupõe que ela seja interativa<sup>10</sup>: depende da existência de um canal de retorno, das funcionalidades do *middleware*<sup>11</sup> e das aplicações de *softwares* que forem disponibilizadas. Para esses grupos, a transmissão de vários programas é desinteressante porque não traria nenhum ganho novo financeiro para as empresas. Já a Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra), liderada pela Bandeirantes e pela Rede TV!, sempre contestou o impedimento colocado pelo Governo Federal para a exploração comercial da multiprogramação, porque entendeu que isso cria obstáculos para que as emissoras ofereçam todas as vantagens prometidas pelo padrão tecnológico japonês de TV digital<sup>12</sup>.

No entanto, de acordo com informações da Anatel consolidadas em abril de 2012, as transmissões digitais não alcançaram sequer 10% dos municípios brasileiros – 508 (de 5.565) recebem sinais de emissoras que estão em apenas 52 cidades. Dos que já contam com digitalização dos sinais de TV, a maioria é de médias e grandes cidades, o que leva à estatística de 46% da população coberta pelas transmissões, que completaram cinco anos no dia 2 de dezembro de 2012. Além disso, somente a região Sudeste apresenta mais de 60% dos lares atendidos pela digitalização, seguida por Centro-oeste (50%), Norte e Sul (ambas com 40%) e pelo Nordeste (31%). De uma população total de mais de 190 milhões de pessoas, as transmissões alcançaram menos de 47% do público potencial, o que representa 31,3 milhões dos 67,5 milhões de domicílios. Desse modo,

---

8 HDTV (*high definition television*).

9 “A TV aberta sobrevive de publicidade – essa não sabe se é analógica ou digital, quem sabe é a gente. Nós não temos dinheiro novo na TV digital. Então, se você assumir a multiprogramação, significa que o dinheiro que a gente tem é o mesmo para produzir mais de um, dois programas”, disse o diretor de engenharia da Globo, Fernando Bittencourt (Muniz, 2008), antes mesmo de o Governo normatizar a exploração da multiprogramação, limitando a utilização desse instrumento aos canais consignados à União (Brasil, 2009). Depois, foi dada uma autorização especial para a Fundação Padre Anchieta utilizar a multiprogramação em estágio experimental na TV Cultura, em São Paulo.

10 “A TV interativa não é uma simples junção ou convergência da internet com a TV, nem a evolução de nenhuma das duas, é uma nova mídia que engloba ferramentas de várias outras, entre elas a TV como conhecemos hoje e a navegabilidade da Internet” (Montez; Becker, 2005, p. 58).

11 Camada de *software* em que são instalados aplicativos para garantir as funcionalidades da TV digital.

12 A Abra “considera inadequada a medida do governo, uma vez que o padrão escolhido para a TV digital, a partir do japonês e adaptado às necessidades do Brasil, tem como principal característica o multicanal”. Para a entidade, “não faz sentido proibir a utilização de uma das características principais do sistema brasileiro de TV digital”, como a mobilidade. Isso porque, segundo associação que representa a Bandeirantes e a Rede TV!, “as redes de TVs comerciais tinham projetos para implantação de canais com programação específica para televisões digitais portáteis e para celulares, por exemplo” (ABRA questiona restrição à multiprogramação. **Teletime**, 03 mar. 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/NYcFzK>>. Acesso em: 10 set. 2012).

mesmo quase cinco anos após o início das transmissões, a TV digital ainda está muito restrita aos centros urbanos, e a interiorização segue como uma meta distante para os radiodifusores.

O sistema ISDB-T<sup>13</sup>, adotado pelo Decreto nº 5.820/06, também possibilita a recepção de sinais em aparatos móveis e portáteis, como celulares, *tablets* ou televisores instalados em carros e transportes coletivos. Para os empresários, além da qualidade técnica das transmissões, o público brasileiro de televisão necessitava principalmente da garantia de mobilidade. De acordo com os movimentos sociais da área, essa solução ofertada estaria mais condizente com a realidade do Japão do que com a do Brasil, onde se reivindicavam mais pluralidade e diversidade nos meios de comunicação (Frente..., 2006).

No curso dos debates sobre o tema, principalmente após a criação do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), em novembro de 2003, com base nas características descritas acima, setores da academia mais entusiasmados com as possibilidades das tecnologias e integrantes do Governo Federal que intervinham no debate a partir da Casa Civil, mesmo sem uma base empírica mais evidente, anteviam um cenário em que a transmissão de televisão em sinais digitais<sup>14</sup> **transformaria** de forma irreversível a mídia eletrônica no país; **iria** bem além da melhoria da qualidade técnica de imagem e de som: **teria** a capacidade de remodelar toda a nossa relação não só com a comunicação, mas também com áreas diversas como a telemedicina, a educação, os serviços públicos (*e-gov*) e a comercialização de produtos (*e-commerce*). No entanto, esse **futuro** prometido parece já ter ficado no **pretérito**.

É nesse ponto que reside o primeiro questionamento: problematizar a produção e a adoção de novas tecnologias da informação e da comunicação, as chamadas “TICs”, com a compreensão de que não é na tecnologia que está a centralidade das grandes questões que envolvem a estrutura e a produção midiáticas, e sim na política. Esta deve ser compreendida aqui de forma mais ampla, inclusive com o pressuposto da interdependência dela com a economia. Mais especificamente, interessa perceber como isso se deu em relação à digitalização da TV no Brasil, quando segmentos relevantes de movimentos sociais e de setores da academia viam nessa **transição** uma oportunidade de transformar a configuração do setor, superando assimetrias históricas como a oligopolização e a falta de pluralidade e de diversidade.

O quadro das comunicações no Brasil apresenta a necessidade de apreender uma visão mais global das políticas de comunicação, e não mais fragmentada nas diferentes políticas que são

---

13 *Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial*.

14 O auge do processo se deu entre 2003 – com o Decreto nº 4.901/03, que instituiu o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) – e 2006, quando foi instituído o Decreto nº 5.820/06, que trata da implantação do SBTVD-T e estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão. Neste último, constou a adoção pelo Brasil do sistema japonês ISDB, que seria, segundo o governo, hibridizado com componentes nacionais, como o *middleware* Ginga.

adotadas isoladamente para as áreas de telecomunicações, radiodifusão e informática. Por um lado, a plataforma digital pode reforçar as antigas formas de organização, produção e distribuição da televisão aberta no Brasil; por outro, tem a capacidade de engendrar novos modelos de serviços, com o potencial de prover maior quantidade de atores e mais diversidade de conteúdo. O problema é que muitas políticas que antes eram lideradas exclusiva ou majoritariamente pelo Estado têm sido “terceirizadas” do ponto de vista da capacidade política de definição das prioridades do próprio poder público (Lima, 2004, p. 119). Essa diluição entre interesses públicos e privados pode ser identificada em diversos acontecimentos do repertório de fatos relacionados à TV digital no país.

Não é a convergência midiática **em si mesma** que fragiliza as empresas de radiodifusão como atores econômicos no mercado das comunicações no Brasil frente aos grupos de telecomunicações. Os ingredientes políticos, sempre reciprocamente condicionados por agentes econômicos, são bem mais definidores do que a aparente racionalidade objetiva que a tecnologia parece ter para explicar os altos e baixos do mercado ou os avanços e retrocessos das formas de fazer e consumir comunicação. Do ponto de vista do mercado, os negócios não são um processo inconveniente somente para aqueles que o margeiam. A convergência<sup>15</sup>, com a diluição das fronteiras entre radiodifusão, telecomunicações e informática – da comercialização dos serviços à fruição dos aparatos eletroeletrônicos –, tem se imposto para todos os agentes econômicos, com impactos diretos nos modelos de negócios e na organização das diferentes cadeias produtivas, inclusive para os líderes do momento.

Em paralelo à tentativa de manter os nichos de poder político e econômico, os empresários parecem refêns do “sucesso” do atual formato comercial. Acontece que, numa análise prévia, é possível perceber que esse modelo já não tem deixado os executivos das emissoras com a tranquilidade de outrora. “A TV aberta num arco de tempo de dez anos vai continuar como líder”, afirma o diretor geral da Rede Globo, Octávio Florisbal, sem apontar possíveis saídas para quando esse prazo terminar. Isso acontece porque a relativa mobilidade social<sup>16</sup> que vem ocorrendo nos últimos anos promove mudanças na composição socioeconômica da população, o que, conseqüentemente, altera também o comportamento cotidiano e o perfil do consumo de mídia por parte dos indivíduos.

---

15 Nesse processo, torna-se mais exigente a presença de um Estado que intervenha como modulador dos interesses divergentes. No entanto, a análise da história brasileira das comunicações mostra que “o Estado sequer regula o setor de radiodifusão de modo a prestigiar o princípio do Estado Democrático de Direito. Em verdade, falta a necessária disciplina do setor televisivo para que o mesmo funcione, ao menos, segundo as regras do mercado” (Scorsim, 2008, p. 316).

16 “No embalo do crescimento econômico recente do País e das projeções otimistas para os próximos anos, a Rede Globo aprofundou um processo de modificações em sua programação para atender a uma nova clientela: a emergente classe C, a “nova classe média”. As mudanças afetam as áreas de novelas, os programas de humor e o jornalismo. E objetivam deixar a programação mais popular. A nova Classe C, na visão da emissora, quer se ver retratada nas telas” (STYCER, Maurício. Globo muda programação para atender à nova classe C. **UOL**, 9 mai. 2011. Disponível em: <<http://bit.ly/mDCwur>>. Acesso em: 17 set. 2012).

Um dos impasses ainda não resolvidos é a reação a esse novo – mas não inédito – cenário socioeconômico<sup>17</sup> verificada nos últimos anos, que promove mudanças na composição da população, com a inclusão, via capacidade de consumo, de segmentos na “classe C”, alterando, conseqüentemente, o comportamento cotidiano e o perfil do consumo de mídia por parte dos indivíduos. Os períodos em que as pessoas ficam em casa, a quantidade de tempo que gastam na Internet<sup>18</sup>, o crescimento da TV por assinatura e a reconfiguração da concorrência<sup>19</sup> são alguns elementos que podem ser indicados para que não somente a líder, mas todos os concorrentes acendam a luz amarela<sup>20</sup> em socorro à televisão aberta. Por conta dessas intercorrências, eles já admitem mudanças na produção de novelas, na linguagem do jornalismo e na grade de programação, por exemplo. Uma das soluções apontadas é buscar uma maior identificação com o segmento social da chamada “Classe C”, anteriormente pouco considerada pelo mercado como para fins de consumo. Atualmente, ao contrário, produções são realizadas com o objetivo principal de atingir esse público. Também tem sido registrada uma ainda sensível, mas permanente tendência à migração de segmentos de público para outros suportes, principalmente aqueles que possibilitam acesso à Internet. Este novo padrão de consumo de mídia se consolida concomitantemente ao fortalecimento de espaços para veiculação de publicidade, a exemplo de blogs e portais, produtos audiovisuais sob demanda ou mesmo de outros tipos de “televisão” – IPTV e *web TV*, por exemplo.

Nesse cenário, há um prognóstico, apresentado pelos próprios empresários<sup>21</sup>, de que os investimentos publicitários deixem de se concentrar nos meios de comunicação tradicionais (rádio, TV, jornais e revistas), dividindo-se entre os ambientes como os da Internet<sup>22</sup> e da TV por assinatura. Atualmente, a receita publicitária representa apenas 6% do faturamento bruto das

---

17 “No embalo do crescimento econômico recente do País e das projeções otimistas para os próximos anos, a Rede Globo aprofundou um processo de modificações em sua programação para atender a uma nova clientela: a emergente classe C. As mudanças afetam as áreas de novelas, os programas de humor e o jornalismo. E objetivam deixar a programação mais popular. A nova classe C, na visão da emissora, quer se ver retratada nas telas” (Stycer, 2011).

18 O *Internet Advertising Bureau* divulgou, em maio de 2012, uma pesquisa que apresenta estatísticas inéditas sobre o mercado digital: pela primeira vez, o tempo gasto no consumo de Internet, no Brasil, ultrapassou todas as outras mídias. Além disso, o estudo mostrou que 61% dos entrevistados usam a Internet enquanto assistem TV (OLIVEIRA, Ricardo. IAB: Internet passa TV no Brasil. **Jornal da Paraíba Online**, 16 mai. 2012b. Disponível em: <<http://bit.ly/PR1siS>>. Acesso em: 17 set. 2012).

19 A mudança do perfil da vice-líder é um dos fatos novos: antes o SBT se mostrava como “líder absoluto da vice-liderança”. Já a Record, atual segundo lugar em audiência, posiciona-se “a caminho da liderança”, o que tem assustado a Globo, admite o diretor-geral Octávio Florisbal (Stycer, 2011).

20 Interessante registrar que parte dessas informações constava como uma espécie de “alerta” logo na introdução da fala do ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, na abertura do 26º Congresso Brasileiro de Radiodifusão, realizado pela Abert em junho de 2012 (Fonsêca, 2012).

21 Levantamentos realizados pelo projeto Inter-Meios têm mostrado a tendência de crescimento de faturamento publicitário em mídias como TV por assinatura e Internet em escala exponencialmente bem maior do que na televisão aberta.

22 Um estudo divulgado pela Comscore sobre o aumento do consumo de vídeo online na América Latina mostra que no Brasil o crescimento das visualizações foi de 74% em 2011. Os gastos com anúncios em vídeos online na América Latina cresceram 42% no último ano, a exemplo do que vem acontecendo em mercados mais maduros, como os Estados Unidos (Vídeo online no Brasil cresceu 74% em 2011. **TelaViva**, 04 out. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/Rhn7mq>>. Acesso em: 05 out. 2012).

empresas de televisão por assinatura<sup>23</sup>, que, embora já seja superior ao das emissoras tradicionais, ainda se baseia na cobrança de mensalidades dos clientes. Acontece que, se essas mudanças já ocorriam em ritmo acelerado, agora a estimativa é que a TV paga e essas outras *televisões* deem saltos em proporções bem maiores e com uma dinâmica mais ágil.

Assim, existem três elementos principais que incidem diretamente na fragilização do modelo de negócios da televisão aberta no Brasil: a) as transformações no perfil das audiências; b) a oscilação dos investimentos publicitários; e c) a emergência e a consolidação de novas tecnologias da informação e da comunicação. Considera-se, ainda, a necessidade de abordar as lógicas comerciais das mídias identificadas como potenciais ou efetivas concorrentes da televisão aberta, como a) a Internet Banda Larga; b) a TV por assinatura; c) a telefonia móvel (e os produtos oferecidos além da voz); e d) a TV Conectada (e outros serviços vinculados às *smart TVs*). Há, ainda, as oscilações políticas próprias da relação do setor empresarial com o Estado, que é transversal<sup>24</sup>. Obviamente, esses componentes são interdependentes – ora se retroalimentam, ora concorrem entre si – e, se forem compreendidos de forma articulada à leitura do ambiente jurídico e político da radiodifusão, tornam possível produzir um relevante diagnóstico da reorganização do mercado de TV aberta no país.

Os empresários, organizados principalmente na Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (Abert), afirmavam taxativamente que a “era digital” se impunha como condição *sine qua non* para a sobrevivência da televisão aberta. No caso, referiam-se estritamente à TV, já que o rádio somente agora passa pelo processo de definição do padrão tecnológico. Em junho de 2012, no Congresso da Abert, o ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, informou que já estavam adiantados os testes para a definição do futuro do rádio no Brasil e que, até o final deste ano, o Governo Federal deve definir o padrão que será utilizado no Brasil. Segundo Bernardo, a escolha não será baseada apenas nas características técnicas, mas levará em conta que o padrão de rádio a ser adotado garanta “a continuidade de negócios para pequenos e grandes radiodifusores” (Fonsêca, 2012).

Apesar de falarem recorrentemente em “urgência”<sup>25</sup>, sobretudo durante os meses que

---

23 No primeiro trimestre deste ano, o setor de TV por assinatura ultrapassou pela primeira vez, em faturamento, o de TV aberta. De janeiro a março, os canais pagos acumularam R\$ 5 bilhões de receita, e as emissoras abertas, R\$ 4,2 bilhões. O número representa um crescimento de 38% em relação ao primeiro trimestre de 2011 (Com assinatura e publicidade, receita da TV paga bate a da aberta pela primeira vez. **Veja Online**, 24 jul. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/RhvSK6>>. Acesso em: 06 out. 2012).

24 Nesse ponto, algumas ocorrências, como a aprovação e sanção da Lei nº 12.485/11, que unifica os serviços de TV por assinatura, e o debate em torno da destinação do chamado “dividendo digital” – liberação da faixa de 700 MHz após o fim da digitalização da TV aberta, em 2016 –, sinalizam uma inflexão do governo de Dilma Rousseff mais no sentido de corresponder aos interesses das teles do que de manter a lógica anterior de estreito favorecimento dos radiodifusores, ainda que existam decisões que possam favorecer os empresários de rádio e televisão.

25 PRESIDENTE da Abert quer implantação urgente da TV digital. **Agência Câmara de Notícias**, 08 fev. 2006. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/agencia/noticias/83120.html>>. Acesso em: 15 set. 2012.

antecederam o decreto que finalizou a controvérsia do padrão tecnológico, também não se percebem alterações muito relevantes na forma de produzir e consumir televisão no país, mesmo quase meia década após o início das transmissões digitais, em dezembro de 2007. No entanto, concretamente, quase nada mudou. E, se houve oscilações no quadro geral da radiodifusão – mercado, marco regulatório, inovações tecnológicas etc. –, isso pouco se deu em decorrência do surgimento da TV digital.

Eis aqui, talvez, o principal senão que marca a digitalização da TV no Brasil: do ponto de vista mais macro, é razoável deduzir a hipótese de que esse açodamento se tratava, na verdade, de uma tentativa de “dourar” a pílula do modelo de negócio que caracteriza a televisão comercial. Resumidamente, trata-se de direcionar toda a cadeia produtiva da TV (produção de conteúdo, programação, distribuição/entrega e consumo) para fidelização da audiência, que serve como termômetro para a venda de publicidade, principal fonte de receitas das empresas<sup>26</sup>. Em paralelo à tentativa de manter os nichos de poder político e econômico, os empresários parecem reféns do “sucesso” do modelo analógico. Desse modo, apesar da inovação a que se pretendia, os concessionários de televisão mantêm tradicionais métodos de sustentar as relações com o Estado e também não abrem mão das velhas formas de *vender* televisão.

Avaliando-se as estratégias utilizadas principalmente nos últimos dez anos pelos radiodifusores, estes, numa postura reativa, parecem empenhar-se para que nada ou pouco se mude no cenário regulatório/de controle (conselhos de comunicação, I Conferência Nacional de Comunicação, novo marco legal etc.), econômico (Lei nº 12.485/11) e até tecnológico (multiprogramação; interatividade), apesar da TV digital. Enquanto isso, as empresas de telecomunicações vão no sentido oposto, proativamente mobilizando grandes investimentos em capital e *lobbies* para produzir mudanças em praticamente todos esses pontos – logicamente, sempre em favor delas próprias. Pelo que indicam até o momento, os radiodifusores não estão dispostos a abdicar da trincheira conservadora em busca de manter tudo como está.

A intenção de inserir as “teles” nessa análise não é promover uma abordagem genérica (excessivamente ampla) do conjunto de acontecimentos relacionados à convergência dos meios de comunicação. Um dos fatos que justificam a extensão, apenas parcial, da pesquisa ao setor de telecomunicações é a entrada desses empresários no mercado de televisão, com diversos serviços, o que pode fragilizar os impactos das inovações trazidas pela TV digital ou mesmo concorrer diretamente com os canais abertos, principalmente a partir da expansão da oferta de TV por assinatura e da consolidação da chamada “TV Conectada”. Esta **nova** televisão, que funde serviços

---

26 A venda de espaços publicitários e merchandising compõe quase 95% das receitas das emissoras, de acordo com a pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) para a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), disponível no site da entidade (<http://www.abert.org.br>).

*online* e TV aberta, ajuda a compor um ambiente em que se acelera a migração de relevantes nichos de audiência para outras mídias, o que já se dava antes com a utilização de computadores, *smartphones* e *tablets*.

A multifuncionalidade das *smart TVs*, inclusive com a conexão direta à Internet permitindo o acesso a mídias sociais digitais, impõe-se como um novo desafio para que as emissoras consigam manter o telespectador durante os intervalos comerciais, por exemplo. Quais são as formas de interatividade que já podem ser uma realidade para a televisão aberta, com a oferta de conteúdos, produtos e serviços pelas próprias empresas de TV? No mesmo momento em que os aplicativos e os conteúdos das outras mídias se sofisticam, a principal emissora do país faz campanha para divulgar um serviço<sup>27</sup> para envio de “boletins” sobre a programação por meio de mensagens enviadas para o telefone celular.

A proposta desta pesquisa é contribuir com o campo da comunicação não se limitando à perspectiva de uma “pesquisa-denúncia”, mas partir da organização institucional, da infraestrutura, das regulamentações e das transformações no mercado, entre outros quesitos, para apreender o grau de efetividade da implementação da TV digital no Brasil sob a ótica dos empresários. A hipótese central é de que a introdução da TV “convergente”, frente ao atual rearranjo do mercado, projeta novos desafios para que as emissoras mantenham (ou não) a liderança na produção de conteúdos audiovisuais no Brasil. No entanto, até o momento, ao apostar somente na melhoria da definição de som e de imagem proporcionada pelas transmissões digitais e nas transmissões para dispositivos móveis e portáteis (ainda não efetivadas), os radiodifusores optaram por mudar apenas superficialmente a forma de produzir e de consumir televisão no país, subdimensionando o risco iminente de serem atropelados pelas operadoras de telecomunicações transnacionais.

Para diagnosticar e analisar a localização da TV digital na biografia da radiodifusão brasileira, o mercado de televisão aberta é descrito tendo, como contexto, o momento em que esses limites do modelo se evidenciam e, como pano de fundo, a atual fase de digitalização. Adicionalmente, a apresentação da história da TV no Brasil e do estágio atual vai ser realizada com um recorte econômico. Ou seja, embora seja uma descrição histórica, essa parte da pesquisa não deixa de ser uma abordagem do mercado televisivo. Nesse ponto, também se vão identificar as disputas entre os atores sociais – Estado (Governo Federal, Congresso Nacional e Poder Judiciário), entidades empresariais e movimentos sociais – em torno das políticas de comunicação desde 2003, destacadamente, sem ignorar os anos 1990.

A análise da posição dos principais agentes em relação à televisão dá-se com foco na TV digital. Nesse sentido, o histórico da TV digital é considerado a partir do início das transmissões

---

27 O nome do serviço é “Plimplim” (<http://www.plimplim.com.br>), oferecido pela Rede Globo.

digitais, privilegiando a análise dos governos de Luiz Inácio Lula da Silva (2007-2012) e da primeira metade do governo de Dilma Rousseff (2011-2012). Também vão ser avaliados os passos dados por esses governos na condução do Sistema Brasileiro de TV Digital. Consignação de novos canais para os concessionários no período de *simulcasting*, financiamentos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e outras políticas adotadas no período indicam benefícios que confirmam o favorecimento que o setor sempre teve historicamente. Essas questões têm relação direta com o fenômeno da convergência tecnológica e midiática, mas principalmente dizem respeito à forma como as principais empresas de TV aberta compreendem os impactos das mídias digitais no setor de radiodifusão. Algumas respostas foram parcialmente encontradas na consulta a documentos e publicações de entidades empresariais, institutos de pesquisa, agências reguladoras e do Governo Federal.

Dividido em três capítulos, este trabalho expõe, na primeira etapa, as questões relacionadas às tecnologias da informação e da comunicação, problematizando a construção dos mitos em torno delas e discutindo a abordagem otimista que se faz do “mundo digital” como um espaço a ser inexoravelmente **habitado** por todos em redes potencialmente democráticas. Na segunda parte, baseado em dados empíricos e numa ampla revisão bibliográfica, são analisadas e debatidas as “expectativas” e as “possibilidades” que foram projetadas no Brasil quanto a novidades de serviços e aplicações que seriam ofertadas pela TV digital, tornada “sujeito”. Aponta-se, ainda, o grau de efetividade das transformações ocorridas com a digitalização dos meios de comunicação. Na terceira seção, relatam-se brevemente a radiodifusão e as telecomunicações no Brasil e revisitam-se pelo menos duas décadas de legislações, documentos oficiais, produções acadêmicas e publicações especializadas para examinar os limites e as contradições dos radiodifusores nacionais no processo de implantação da TV digital no país até o momento.

## 1 TICs: futuro do pretérito?

O futuro, nas formulações políticas e nas produções acadêmicas no campo da comunicação, é um tanto confundido com uma certa quimera que teima em não tornar-se presente. Essa espera pelo “amanhã” que não chega parece ser ainda mais forte quando se trata da área de tecnologias da informação e da comunicação (TICs), que conquistaram centralidade na mediação sociocultural e política. A cada passo dado por invenções, inovações e transições nos setores que lidam mais diretamente com essas infraestruturas e produtos, os meios de comunicação eletrônica – ou “de massa”, como se denomina classicamente –, são apontados novos prognósticos sobre saídas redentoras para obstáculos, incongruências e distorções existentes na organização das mídias.

Mas, quando as apostas num certo devir promissor, com tantas probabilidades de redenção – liberdade no lugar de dominação, horizontalidade ao invés de verticalidade, protagonismo em detrimento da passividade, entre outros –, tornam-se uma aparente presentificação de um cenário que ainda, efetivamente, não existe, constrói-se o que se pode chamar de uma TIC do **futuro de pretérito**. Normalmente conjugadas nesse tempo verbal – já que essa ou aquela inovação “expandiria” o acesso, “democratizaria” a produção ou “incluiria” outros atores sociais –, as inferências produzidas por diferentes autores tendem a desconsiderar questões que antecedem e mesmo se sobrepõem à adoção de novas tecnologias, como a estrutura econômica e os interesses de governos e agentes do mercado. Ao mesmo tempo, fica subentendido que tal teleologia reparadora para alguns sintomas da contemporaneidade, como a fragmentação política e a crise de representação, derivaria quase naturalmente das tecnologias. Além disso, essa ode à “objetividade” técnica contribui para a obstrução do debate sobre o funcionamento das estruturas e dos mecanismos sustentadores do capital produtivo e financeiro. Esse bloqueio dificulta, por exemplo, a identificação o papel crucial que tem as TICs para as novas formas de valorização do capital, que não pode prescindir de um mercado dinamicamente incessante e onipresente.

Esse é um traço que pode ser identificado em várias pesquisas científicas e em políticas públicas desenvolvidas em distintos momentos da história do rádio e da TV – esta que é mais destacada neste estudo. Obviamente, não pode ser ignorado o papel da Internet, aqui considerada como um “multimeio” que impacta diretamente todos os demais com um dinamismo impressionante. Aliás, a abrangência vai bem além ou pelo menos deve ser mais discriminada, considerando toda a reconfiguração das políticas de proteção dos direitos autorais (*copyright*), a emergência de marcos civis de uso da Internet, a digitalização da transmissão de rádio e de televisão, a diluição das fronteiras entre os serviços de telecomunicações, entre outros processos convergentes.

Nesse contexto, **digitalização** e **convergência** são, provavelmente, os conceitos

condensados do que representa a evolução das tecnologias de comunicação em escala global, em especial nos últimos trinta ou quarenta anos. O fenômeno tem promovido a convergência de diversos meios de comunicação, em um processo cujo símbolo maior, pelo menos em termos de visibilidade dos impactos, é a abertura para exploração comercial da Internet, em 1989, e o subsequente surgimento da *world wide web* (1994). Hoje, a rede de computadores não é mais a única protagonista das redefinições contemporâneas da comunicação. Junto a ela, está uma conjugação de tecnologias, como celulares multifuncionais, *tablets*, TVs digitais, entre outros. Além disso, pela intensidade e pela velocidade com que tem incidido sobre a vida das pessoas, não se trata de um movimento que se resume à tecnologia.

Já há algum tempo, quando a grande novidade do mundo digital ainda se limitava basicamente ao recente surgimento da Internet comercial, Vincent Mosco (1996) elaborou uma crítica precisa ao que ele chamou de “mitos centrais” então emergentes na relação entre poder e comunidade, que seria objeto recorrente de reluzentes ressignificações que viriam com a “era da informação”. Essa visão, já referida aqui, advogava as novas formas de comunicação trariam consigo uma “revolução” que produziria transformações profundas a partir da conectividade mundial proporcionada pelas redes de computadores. Para ele, “as garantias de comunicação instantânea pelo mundo, de uma genuína vila global, são, em essência, promessas de um novo sentido de comunidade e de um difuso empoderamento popular. Eles oferecem um mundo no qual as pessoas conhecem através das fronteiras sem a interferência de filtros e de censores colocada por vigilantes governos ou negócios”<sup>28</sup>.

Segundo Mosco, se forem revisitadas as promessas que foram feitas desde o século XIX por diferentes inovações tecnológicas, é possível perceber que a sociedade global pagou um preço enorme, em vidas e recursos, por ter acreditado na realização de “sonhos impossíveis”, como a paz na Europa trazida pelas ferrovias ou o fim do trabalho manual proporcionado pela energia a vapor. Na história do rádio, por exemplo, assim como Brecht, muitos educadores, usuários amadores e outros pioneiros tiveram suas expectativas frustradas após terem visto naquele veículo de comunicação uma janela para o fortalecimento democrático. No entanto, assim que os governos perceberam o verdadeiro poder da nova tecnologia, passaram a exercer completo controle sobre o veículo ou compartilharam-no com o mercado, deixando os primeiros entusiastas com muito pouco. Já na década de 1930, diz Mosco, eram poucas as pessoas que ainda tinham uma visão democrática do rádio.

Hoje, a preocupação dos governos com a perda de controle da Internet e a visão dos

---

28 Livre tradução para: “Guarantees of instantaneous communication throughout the world, of a genuine global village, are, in essence, pledges of a new sense of community and of widespread popular empowerment. They offer a world in which people meet directly across borders without the intervening filters and censors set by watchful governments and profit-conscious businesses” (Mosco, 1996, s.p.).

mercados em torno do ciberespaço como um novo espaço de negócios levam críticos a concluir que a história está próximo de se repetir. Nesse sentido, para o autor, “parte do processo de prevenir a perda de outra oportunidade é desmascarar o mito de que as “estradas informacionais” estariam inevitavelmente levando-nos a um novo sentido de comunidade e à comunicação democrática”<sup>29</sup>. Ao contrário, argumenta, as restrições para superar tempo, espaço e recursos, a essa nova estrada digital tente a promover uma literal e figurativa perda de vínculos que garantem uma sustentável democracia e comunidade num mundo com desesperada necessidade de ambos. Nada que não tenha se mantido ou, sendo mais preciso, se agudizado nos últimos quinze anos.

Aqui vale uma breve digressão: Roland Barthes (2003, p. 217) que, ancorado na semiologia, define o mito como uma fala “roubada” e “restituída”. Entretanto, nesse fluxo, o discurso retorna após ser submetido a outro processo significação. O problema é que a fala que retorna não é a mesma que foi roubada. Nessa transição, no retorno, ela é colocada num novo papel, ocorrendo aí a falsificação daquela fala. O entendimento que se tem não é aquele da construção de uma “falsa consciência” que seria imposta a todos aqueles que se encontrarem sujeitos à influência do pensamento da classe dominante. O mito, na verdade, retira dessa fala o conteúdo que poderia fazê-la parecer interessada, instrumentalizada por um grupo, para passar a ideia de que foi construída no decorrer da história da humanidade numa peça que haveria brotado naturalmente. A mitificação lida com a **naturalização** da história, esta que é anulada a partir da criação desse novo signo, agora considerado “sem passado”. Sem incorrer na redundância, é necessário ressaltar resumidamente: o mito “transforma a história em natureza”.

A causa que leva à origem do mito não se esconde; pelo contrário, “é perfeitamente explícita, mas é imediatamente petrificada numa natureza” (Barthes, 2003, p. 221). Para a desconstrução do mito, seria preciso identificar a mensagem mítica não como uma verdade “pura e simples”, mas como instrumento, fazendo com que ela se desacredite. Ou decifrá-la como um álibi, o qual é produzido em decorrência da ubiquidade do significante no mito. O álibi comumente conhecido, como o policial, não tem validade permanente, atemporal. Ele finda quando a realidade o desmonta. Mas com o mito é diferente.

O mito é um *valor*; não tem a verdade como sanção: nada o impede de ser um perpétuo álibi; basta que o significante tenha duas faces para sempre dispor de “um outro lado”: o sentido existe sempre para *apresentar* a forma; a forma existe sempre para *distanciar* o sentido. E nunca há contradição, conflito, explosão entre o sentido e a forma, visto que nunca estão no mesmo ponto (Barthes, 2003, p. 215, grifos do autor).

---

29 Livre tradução para: “Part of the process of preventing another lost opportunity is to unmask the myth that today's *information highway* is inevitably leading us to a new sense of community and to democratic communication (Mosco, 1996, s.p., grifo meu).

Essa ausência de conflito, fruto da despolitização presente no conceito mítico, também é do interesse da ideologia, das visões de mundo dominantes. O mito, como “fala excessivamente justificada”, faz com que o leitor da linguagem assimile uma imagem, por exemplo, naturalmente, como se o significante, na verdade, “criasse” o significado (Barthes, 2003, p. 221). O mito, portanto, não é inocente; serve a um grupo como instrumento de dominação. As intenções dele não estão escondidas porque, se assim fosse, não poderiam ser tão eficazes como parecem ser, como no caso da construção de estereótipos e preconceitos, que acabam sendo naturalizados com a colaboração do discurso mítico. Ou, no caso em análise, nas inferências mitificadoras sobre o redentorismo da tecnologia.

Na realidade, aquilo que permite ao leitor consumir o mito inocentemente é o fato de ele não ver no mito um sistema semiológico, mas sim um sistema indutivo: onde existe apenas uma equivalência, ele vê uma espécie de processo causal: o significante e o significado mantêm, para ele, relações naturais. Pode-se exprimir essa confusão de um outro modo: todo o sistema semiológico é um sistema de valores; ora, o consumidor do mito considera a significação como um sistema de fatos: o mito é lido como um sistema factual, ao passo que é apenas um sistema semiológico (Barthes, 2003, p. 223)

Um dos melhores casos que servem para ilustrar essa naturalização – a ideia de um valor passada como um fato – é o esforço que a burguesia faz para omitir sua denominação, sua face. As classes dominantes fazem esse ato prestidigitador para que seja acreditada a tese de que só existe uma única natureza humana, de onde viriam todos os valores, comportamentos e práticas tidos como “normais” segundo o entendimento geral da sociedade atual (Barthes, 2003, p. 231).

Tudo, na nossa vida cotidiana, é tributário da representação que a burguesia *criou para ela e para nós* nas relações entre o homem e o mundo. Estas formas “normalizadas” chamam pouca atenção devido, justamente, ao seu enorme tamanho; a sua origem pode perder à vontade; elas gozam de uma posição intermediária; não sendo diretamente políticas nem diretamente ideológicas, vivem pacificamente entre a ação dos militantes e o contencioso dos intelectuais: mais ou menos abandonadas por uns e por outros, juntam-se à massa enorme do indiferenciado, do insignificante, em suma, da natureza (Barthes, 2003, p. 232, grifo do autor)

Voltando aos mitos construídos em torno das novas tecnologias, Vincent Mosco afirma que os mitos digitais procuram ignorar a história, porque a ideia de **ciberespaço** é realmente algo, de fato, muito novo, produto de uma ruptura na história: a **Era da Informação**.

A negação da história é fundamental para compreender o mito como discurso despolitizado, porque negar a história é remover [...] as restrições da estrutura social e o mundo real da política. De acordo com o mito, a Era da Informação transcende a política, porque faz o poder disponível para todos em grande abundância. A característica definidora da política, a luta pelas escassas fontes de poder, é eliminado<sup>30</sup> (Mosco, 1996).

---

30 Livre tradução para: “The denial of history is central to understanding myth as depoliticized speech, because to deny

Vincent Mosco identifica pelo menos uma explicação para que os “mitos do ciberespaço” permaneçam, ainda que sejam, de maneira quase evidente, uma aposta num futuro que mais se assemelha a uma miragem – metáfora que o autor também utiliza –, já que, quanto mais se anunciam os benefícios provenientes das tecnologias, mais se distancia a fruição efetiva dos mesmos. Para ele, em parte, isso ocorre porque o que as pessoas realmente querem são o exercício de poder e o sentimento de comunidade. Numa relação direta com estas expectativas, os mitos “fornecem fortes evidências de que as pessoas querem desesperadamente controlar suas vidas e também querem fazer parte de uma totalidade social que tem apoio emocional e intelectual. E eles são a prova evidente de quão difícil é para as pessoas realizar isso hoje”<sup>31</sup>.

### 1.1 Múltiplas dimensões do mundo digital

As mudanças que ocorrem no campo da mídia devem ser observadas em pelo menos três aspectos<sup>32</sup>. Em termos técnicos, os meios de comunicação estão se adaptando às novas perspectivas abertas pela digitalização dos seus produtos tradicionais, o que é atestado pela multifuncionalidade de aparatos como o telefone celular, cuja função de fazer chamadas passa a ser quase secundária. Sob o prisma político, o avanço (e a convergência) das tecnologias de informação e comunicação exige a atualização dos marcos regulatórios, o que é evidente no caso do Brasil, que mantém uma legislação obsoleta para dar conta da velocidade da evolução tecnológica. Do ponto de vista econômico, o cenário de convergência é marcado pela consolidação dos grandes conglomerados de mídia, contrariando os prognósticos que anteviam alguma alteração no sentido de democratizar os meios de comunicação.

As transformações nas formas e nos instrumentos de comunicação motivam também a alteração na forma como se dá a recepção dos conteúdos transmitidos pelos meios de comunicação de massa. A mediação passa a ter uma nova dinâmica com uma participação potencialmente mais individualizada, revertendo parcialmente a condição “passiva” dos receptores, agora mais compreendidos como “usuários”. Essa condição é evidenciada pela possibilidade de produção de conteúdos pelos diferentes atores sociais, o que poderia gerar, em tese, pequenas rasuras na

---

history is to remove from discussion active human agency, the constraints of social structure, and the real world of politics. According to myth, the Information Age transcends politics because it makes power available to everyone and in great abundance. The defining characteristic of politics, the struggle over the scarce resource of power, is eliminated” (Mosco, 1996, s.p.).

31 Livre tradução para: “The myths of cyberspace work in part because people genuinely want power and community. They provide strong evidence that people desperately want to control their lives and also want to be part of a larger social totality that provides emotional and intellectual support. And they are potent evidence of just how difficult it is for people to accomplish this today” (Mosco, 1996, s.p.).

32 Os três níveis são indicados por Wilson Dizard Jr., lembrado por André Barbosa Filho e Cosette Castro (2005).

hegemonia dos grandes conglomerados midiáticos, além de condicionar a vida humana de forma transversal – considerando que a relevância da midiaticização na sociabilidade contemporânea. “Ao progredir, a digitalização conecta no centro de um mesmo tecido eletrônico o cinema, a radiotelevisão, o jornalismo, a edição, a música, as telecomunicações e a informática” (Lévy, 1993, p. 102). Assim, os meios de comunicação não podem mais ser analisados isoladamente, sem considerar as inter-relações existentes entre eles. Com um olhar excessivamente otimista, Lévy (1999, p. 11) estabelece o **ciberespaço** como locus privilegiado para “experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem”. Caberia, portanto, aos usuários “explorar as potencialidades mais positivas deste espaço”.

Jesús Martín-Barbero (2006, p. 68-69) identifica que o “esvaziamento das utopias” visualizado na política tem sido acompanhado justamente por um acúmulo de “utopias” no campo da tecnologia e da comunicação, representadas em conceitos supercelebrados como “aldeia global”, “mundo virtual”, “ser digital”. A mais enganadora de todas, diz ele, é a “democracia direta”, que atribui ao poder das redes informáticas a “renovação da política”, superando as “velhas” formas de representação a partir de instrumentos como a votação pela Internet. Isso, avalia, “está minando são os fundamentos próprios do ‘público’, isto é, os processos de deliberação e de crítica, ao mesmo tempo que se cria a ilusão de um processo sem interpretação nem hierarquia [...]”.

Apesar de também se inserir entre os entusiastas da “sociedade em rede”, Manuel Castells<sup>33</sup> pondera que a “ideologia da bondade tecnológica e a ideologia de uma globalização fundamentalmente orientada pela lei do mercado reforçam uma à outra”. Em ambos os casos, destaca, a sociedade desaparece como “processo autônomo de decisão”, baseado em interesses e valores do conjunto, que é submetido à “tecnologia” e a “forças externas do mercado”. Ele sustenta que a **era da informação** é marcada por uma revolução tecnológica centrada nas TICs, “concomitante, mas não causadora” de uma estrutura social em rede. “É um processo de transformação multidimensional que é ao mesmo tempo **includente** e **excludente** em função dos valores e interesses dominantes em cada processo, em cada país e em cada organização (Castells, 2006, p. 225-226, grifo meu).

Um exemplo de como o rádio e a televisão também já foram vistos com interessante otimismo é a avaliação de que, segundo César Bolão (2000, p. 93), com a limitação de atuação na esfera pública burguesa do capitalismo clássico, os meios de comunicação de massa foram apresentados como uma possibilidade clara de ampliação da intervenção a um público tendencialmente maior. Isso teria a dimensão de incentivar “uma democratização da informação, aparecendo a sua disseminação ampla como a garantia da igualdade de acesso, permitindo, por

---

33 A análise da posição de Manuel Castells – como também a de Pierre Lévy, Francis Fukuyama e de Lester Thurow – quanto à tecnologia é realizada de forma mais detalhada por Suzy dos Santos (2004, p. 43-44).

consequência, a participação política dos cidadãos”.

Não foi à toa que o dramaturgo marxista Bertolt Brecht, encantado com as prováveis funcionalidades da radiodifusão sonora, extremamente incipiente à época dele, considerou ser possível instalar aparelhos de rádio nas residências para que as pessoas, na condição simultânea de emissoras e receptoras, pudessem estabelecer relações políticas e culturais entre si, constituindo “uma espécie de assembleia popular permanente” (Negt, 1980 *apud* Dantas, 2002, p. 103). Nada que não se tenha dito em relação à interatividade proporcionada pela Internet ou por outros instrumentos e ambientes – e também pela TV a cabo ou pela TV digital – que tenham viabilizado a comunicação na direção do “receptor” para o “emissor”.

Hans Magnus Enzensberger (1974, *apud* Bolaño, 2000, p. 115) para demonstrar que, embora possua uma utilização, no sistema capitalista, extremamente instrumentalizada para beneficiar pequenos segmentos sociais<sup>34</sup>, um meio de comunicação de massa não tem uma configuração intrinsecamente (ou necessariamente) pernicioso. Ou seja, atualmente, apesar da festejada ampliação dos espaços midiáticos, é necessário sublinhar que a pluralidade (multiplicação de veículos, canais, sites etc.) não implica automaticamente uma diversidade (enquadramentos, abordagens e perspectivas distintas de opinião). Para ele, a estrutura de um novo meio é definida com base em numa série de possibilidades que são colocadas no momento do lançamento. A partir delas é que os vários agentes políticos e econômicos atuam para condicionar a organização que esse meio deve adquirir, o que inclui uma “opção técnica”, uma “forma específica de relação com o público” e um “modo de financiamento”. Desse modo, o desenvolvimento de tecnologia de comunicação, inclusive a otimização das possibilidades de interação, pode promover “uma ampliação sem precedentes da comunicação” entre as pessoas. Esse entendimento, que seria a tentativa de desenhar uma “teoria socialista” da mídia de massa, procurava evidenciar o “potencial emancipatório dessa ‘nova força produtiva’, seu ‘poder mobilizador’ que, ‘às vezes suprimidos, às vezes fragmentado’, representa o ‘fator político decisivo’ dos meios eletrônicos” (Enzensberger *apud* Bolaño, 2000, p. 116).

Não são desconsiderados os condicionamentos de ordem estrutural – sobretudo econômicos. Por isso, esse novo quadro não deixa de apresentar um destaque determinante: as contradições existentes entre as formas de produção e as forças produtivas tendem a manifestar-se na proporção do avanço delas. No caso da comunicação, o avanço das TICs “redefine as condições objetivas,

---

34 Nesse ponto, vale recorrer a Eduardo Galeano (2006, p. 149-150, grifo meu): “nunca tantos homens foram mantidos em **incomunicação** por um grupo tão pequeno. O número daqueles que têm o direito de escutar e de ver não cessa de crescer, ao passo que se reduz vertiginosamente o número daqueles que têm o privilégio de informar, de se exprimir, de criar. A ditadura da palavra única e da imagem única, bem mais devastadora que a do partido único, impõe em todo lugar um mesmo modo de vida e outorga o título de cidadão exemplar àquele que é consumidor dócil, espectador passivo, fabricado em série, em escala planetária, de acordo com um modelo proposto pela televisão comercial americana”.

agudizando as contradições do sistema. Há, desse ponto de vista, como insiste o autor, uma maior dificuldade à manipulação. Mas, ao mesmo tempo, esses desenvolvimentos colocam novos mecanismos de controle” (Bolaño, 2000, p. 117). Essa compreensão encontra fácil explicação se forem consideradas as questões que hoje envolvem os usuários de Internet e as regras (claras ou sub-reptícias) que lhes são outorgadas a cada clique. Ou, ainda, nas limitações existentes na distribuição de produções audiovisuais e sonoras, controlada por um cartel de poucas empresas, em que pese a “liberdade” prometida pela Internet.

O objetivo dos meios de comunicação era exatamente o oposto, no sentido mais estrutural: “esterilizar o potencial crítico de uma esfera pública que se ampliou para além das exigências iniciais de participação, adquirindo novamente um caráter virtualmente explosivo” (Bolaño, 2000, p. 93). Afinal, como identificou James Galbraith<sup>35</sup>, “o sistema industrial, nas suas mais profundas raízes, é dependente da televisão comercial e não poderia existir na sua forma atual sem ela” (*apud* Dantas 2007, p. 54). Essa relação é explicada pela forma como os mecanismos de mercado operam para transformar a **informação**<sup>36</sup> num vetor estratégico na produção de mercadorias. Complementarmente, o Estado, nas funções de regulador (formulação, execução e julgamento das normas legais e administrativas), subsidiário (financiamento) e cliente (publicidade e propaganda) da área de comunicações, atua como **agente do mercado** na maioria dos casos, beneficiando empresários e outros atores hegemônicos.

## 1.2 O capitalista aponta o dinheiro; o otimista vê a rede

A fim de entender as imbricadas relações entre desenvolvimento tecnológico e economia, pesquisadores de correntes ortodoxas preferem manter-se em análises mais focadas na estrutura do sistema econômico, em diálogo com angulações políticas e também culturais. Na área de estudos sobre mídia, essa abordagem é mais comum, porém não exclusiva, na economia política da comunicação. A questão essencial é ter, como base de pesquisas acadêmicas e de formulações de políticas públicas, a realidade objetiva identificada na organização dos sistemas de comunicação, das relações das forças produtivas, do modo de produção. Afinal, “o que interessa a um estudo crítico das comunicações são as condições de sua produção enquanto processo de trabalho e de expropriação, igual a qualquer outro processo capitalista de trabalho” (Dantas, 2000, p. 12).

Em todo esse debate, há posições evidentemente divergentes, além (e apesar) do

---

35 Citado, no caso, por Carlo Sartori (1987), referência utilizada por Dantas (2007): SARTORI, Carlo. O rádio, um veículo para todas as ocasiões. In: GIOVANNINI, G. **Evolução na comunicação**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987. p. 263.

36 “Trocar informação (sobre preços, medidas, qualidades do produto etc.) é necessário à troca de mercadorias e, neste preciso momento, a informação torna-se também um vetor de acumulação. Ou seja, o intercâmbio de informação passa a servir aos interesses privados” (Dantas, 2000, p. 11).

reconhecimento da centralidade das transformações encerradas pela tecnologia, busca-se evitar o determinismo tecnológico. Teóricos de diferentes orientações têm a aproximada compreensão de que “o poder está cada vez mais dependente do controle sobre o imaterial e o intangível, como informações, conhecimentos, ideias, gostos e desejos de indivíduos e coletivos –, bem como sobre os meios por onde estes circulam” (Maciel; Albagli, 2011, p. 18). É a partir desse ponto que se estabelece o debate sobre as condições e as funções das “novas dinâmicas interativas” (comunicativas). Sem realizar um mapeamento mais minucioso, Maria Lúcia Maciel e Sarita Albagli (2011) apontam duas linhas distintas de analisar a organização e os impactos do novo contexto que condiciona a circulação de informação e conhecimento.

Uma abordagem tende a ver a Internet “não como um mero *continuum* de outras importantes inovações [...], mas como uma inovação radical (e não apenas em termos tecnológicos)” (Maciel; Albagli, 2011, p. 20). Essas (já não tão) novas tecnologias **teriam**, portanto, o sempre latente poder de criar um sistema de comunicação descentralizado, “uma nova relação entre o material, o imaterial e novas intersubjetividades, favorecendo a atividade, o movimento coletivo que possibilita a criatividade, abrindo a possibilidade de novos tipos de relações de poder”. Consideram, por exemplo, que o descolamento entre salário e trabalho (“crise da medida”) **configuraria** novas formas de resistência superando o *modus operandi* de instituições como o sindicato e o partido.

Para esses autores, apesar da “crescente mercantilização dos bens simbólicos e o desenvolvimento de novas formas de poder político, econômico e cultural”, processo cuja existência que também apontam criticamente, **existiria** a emergência de novas práticas sociais de “desintermediação e de recombinação” (Amadeu, 2011), termos bastante caros aos teóricos da cibercultura. Além disso, para autores como Michael Hardt e Antonio Negri (2009 *apud* Maciel; Albagli, p. 22), mesmo com essas novas formas de controle desenvolvidas pelo mercado – com o auxílio direto do Estado, destaque-se –, há algo que “excede”, não sendo passível de apropriação por nenhuma dessas partes (“verdadeiro êxodo”), o que **abriria** inéditas oportunidades de participação política. Eis que, sintomaticamente, voltam-se a conjugar verbos no tempo futuro do pretérito.

Para outro conjunto de pontos de vista, ao contrário, as tecnologias funcionam fundamentalmente, como a “base técnica” para novos modos de reprodução e valorização do capital, seja o capital financeiro, transformado em pura informação; seja o capital produtivo, quando permitem a flexibilização, viabilizam a produção e a circulação de diversos **bens informacionais** de ágil produção, comercialização e consumo ou ainda quando promovem a expansão do mercado de equipamentos e de *software*, que, segundo esses autores, são parte fundamental do paradigma atual.

Ou seja, a partir dessa perspectiva, sobressai o questionamento sobre até que ponto os meios tecnológicos hoje disponíveis estabelecem, de fato, um melhor cenário para o acesso, a produção e

o compartilhamento de dados, informação e conhecimento de fato estratégicos, como defendem os analistas mais otimistas. Para César Bolaño<sup>37</sup>, a “intelectualização geral de todos os processos convencionais de trabalho e do consumo”, um dos argumentos referenciais dos adeptos da tese do “capitalismo cognitivo”, tem sido acompanhada da “subsunção do trabalho intelectual” pelo capital. Esses autores apontam que “a codificação e a digitalização crescentes do conhecimento, transformado em informação, embora facilitem seu acesso e a atuação em redes por um contingente crescente de pessoas, contribuem também para a sua mercantilização e apropriação privada” (Maciel; Albagli, 2011, p. 22-23).

Portanto, num mundo em que se articulam os interesses de requalificação do trabalho e a partir do instrumento maior de valorização do capital, circulam as informações necessárias à produção de mercadorias, “na forma que interessa aos objetivos de acumulação, logo sob comando e controle da *classe* de funcionários do capital”, aponta Dantas (2000, p. 11, grifo do autor), que qualifica: “esta é uma informação centralizada, hierarquizada, verticalizada que, muitas vezes, também pode ser mercantilizada (na forma de tecnologia, por exemplo)”. Mas, de acordo com o autor, esse conjunto de informações deve ser, parcial e adequadamente tornada pública, para ser acessada e, evidentemente, consumida pelas pessoas, pela própria **necessidade dos negócios**.

Aqui, nas condições mundializadas do capitalismo avançado, intervêm os meios de comunicação e de difusão, desenvolvidos ao longo do século XX. O rádio, mais tarde a televisão e, hoje em dia, a Internet, *parecem* pôr a informação democraticamente ao alcance de todos – e assim daria razão à “utopia liberal de Lyotard” e demais “pós-modernos”. Mas esta *informação de massa* apenas oculta as determinações de classe, sob as quais se dá a sua efetiva produção. Só na aparência, pois, é democrática (Dantas, 2000, p. 11, grifos do autor).

Aliás, a ideia de a tecnologia ter o papel de melhorar as formas de intervenção social na esfera pública, com mais liberdade e protagonismo, é algo aparentemente nunca abandonado. Um pouco mais de meio século após as formulações de Brecht em torno do rádio, lembra Dantas (2002, p. 103-104), a aposta nas tecnologias como forma de “viabilizar uma **apresentação** cidadã autônoma” já havia sido retomada no final da década de 1970 pelos franceses Simon Nora e Alain Minc (1978)<sup>38</sup>, criadores do conceito de “*ágora informacional*”. “Nesse período, chama atenção, porém, a **quase absoluta ausência de uma intervenção teórico-prática transformadora e democrática nesse desenvolvimento**” (Dantas, 2002, p. 103-104, grifo meu).

No Brasil, onde os grupos de matrizes progressistas também apresentam profundas carências na formulação de políticas públicas de comunicação, o início das definições do Sistema Brasileiro

---

37 Bolaño, César. Reestruturação Produtiva, Subsunção do Trabalho Intelectual e a Dinâmica Contraditória do Desenvolvimento. In: MACIEL, Maria Lucia; ALBAGLI, Sarita (Orgs.). **Informação, conhecimento e poder: mudança tecnológica e inovação social**. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

38 NORA, Simon; MINC, Alain. **A informatização da Sociedade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1980 [1978].

de TV Digital (SBTVD) foi parcialmente contaminado por um otimismo relativamente exacerbado por parte da sociedade civil não-empresarial. No caso, trata-se da expressão utilizada pelo Governo Federal na organização da I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), em 2009, que diferenciava a **sociedade civil** entre “empresarial” e “não-empresarial”. Apesar de pouco comum, é correta a compreensão de que por “sociedade civil” também poderia ser classificado o setor empresarial, mesmo que sejam consideradas as acepções recorrentes na Sociologia e na Ciência Política. Antonio Gramsci define sociedade civil como o “conjunto das organizações responsáveis pela elaboração e/ou difusão das ideologias, compreendendo o sistema escolar, as Igrejas, os partidos políticos, os sindicatos, as organizações profissionais, a organização material da cultura (revistas, jornais, editoras, meios de comunicação de massa) etc.” (Coutinho, 1981, p. 91).

Alguns ativistas e acadêmicos envolvidos nos diversos espaços abertos à época das primeiras decisões em torno do padrão tecnológico a ser adotado para as transmissões, entre 2003 e 2006, creditavam a essa transição a possibilidade de mudanças até estruturais no marco regulatório, na configuração mercado e nas condições de recepção da televisão no país. A discussão em torno dos aspectos condicionantes do desenvolvimento de tecnologias contribui para, nas palavras de Dantas (2000, p. 12) “desfazer muitas ilusões correntes, sobretudo no campo da Esquerda, [...] sobre essa aparente liberdade de acesso à informação que nos prometeriam as novas TICs e os modelos regulatórios ditos ‘competitivos’”. Mesmo porque as comunicações não cumprem mais funções apenas coadjuvantes no processo de manutenção e aprimoramento do modo de produção, mas surgem, efetivam-se e aprimoram-se num momento essencial à realização de valor.

Interessante, aqui, estabelecer uma relação clara entre os conceitos de “desenvolvimento” e “tecnologia” para que se visualizem as distinções entre ambas, apontando a localização de cada conceito na cadeia produtiva: “O desenvolvimento é um **trabalho** que permite a criação de produtos ou processos novos. Normalmente é realizado em laboratórios, muitos dos quais se localizam dentro das empresas industriais. Os trabalhadores do desenvolvimento são os pesquisadores, os engenheiros projetistas, os técnicos empregados na realização de testes e montagem de protótipos. O produto final do desenvolvimento são rotinas e desenhos que orientarão a fabricação e uso de um produto. Essas rotinas e desenhos formam, no conjunto, a tecnologia” (Dantas, 1989, p. 13, grifo do autor). Além disso, importa conhecer a relação entre pesquisa e desenvolvimento, processos muito mobilizados a todo momento quando se trata da TV Digital: “a pesquisa visa chegar a um resultado cientificamente provável através de desconhecidos caminhos técnicos. Ou então, explorar ao máximo as possibilidades de determinada técnica. Por isto, leva muitos anos, seus resultados são incertos e consome muito dinheiro. [...] O desenvolvimento é mais pragmático. Considera as tecnologias já disponíveis – o ‘estado-da-arte’, como dizem os técnicos – para obter novas variações em torno de produtos ou processos já conhecidos, ao menos conceitualmente” (Dantas, 1989, p. 38).

É dessa forma, portanto, que deve ser compreendida a radiodifusão – e também a televisão digital, que, pelo menos até o momento no Brasil, nada mais é do que a transmissão, em canais abertos, de sons e imagens em modulação digital. Mesmo que a digitalização da TV aberta brasileira estivesse mais avançada, sobressai o entendimento de que 1) as tecnologias jamais são “assépticas”, sem a aderência de interesses políticos e econômicos; 2) as mudanças que se dão no setor da comunicação e da informação em termos de sistemas, padrões e aparatos não se limitam a questões tecnológicas; 3) e, em consequência dos dois primeiros pontos, é necessário problematizar as escolhas que são apresentadas como sendo majoritariamente “técnicas”, quando, na verdade, são sempre politicamente condicionadas. Esses elementos permearam praticamente todo o transcurso da conformação da TV digital até o momento da definição do padrão japonês – “nipo-brasileiro<sup>39</sup>”, como tem sido qualificado. Atualmente, o quadro ainda não se mostra muito diferente: quando o tema é interatividade, multiprogramação ou operador de rede, por exemplo, executivos e engenheiros insistem na retaguarda das alegações de notório saber e de outros álibis de ordem técnica para interditar as verdadeiras discussões que interessam.

### 1.3 No Brasil, uma convergência inconveniente

Na prática, na transição de cada padrão tecnológico ou no surgimento de um novo meio de comunicação, o que está em jogo são os interesses dos Estados nacionais em consonância com os principais conglomerados empresariais de cada país, tendo sempre em vista a economia e a geopolítica internacionais. Isso aconteceu sempre, desde a definição das centrais de comutação da telefonia, passando pela escolha do padrão técnico da televisão colorida<sup>40</sup>, até a escolha do sistema<sup>41</sup> de transmissão de TV digital. A explicação principal para essa interdependência é o caráter altamente internacionalizado do mercado das indústrias de alta tecnologia. Ao final das disputas, não são os interesses dos Estados periféricos que prevalecem, mesmo considerando-os no conjunto, mas sim a composição social, as demandas de consumo e a organização da produção dos países centrais na economia mundial – especialmente, Estados Unidos, lideranças da Europa, Japão e, nos últimos anos, China, devido aos sistemas desenvolvidos nestes países. Já no final dos anos 1980,

---

39 Valério Brittos e César Bolaño (2009, p. 307) apontam que isso, na prática, não tem “nenhuma importância”, já que somente existe a perspectiva de incorporação, de alguma forma, do *middleware* nacional Ginga, “entre outras sutilezas”.  
40 Na transição da TV preto-e-branco para a colorida, o mercado mundial acabou sendo fracionado em três diferentes padrões técnicos: o estadunidense NTSC, o francês Secam e o alemão PAL (Dantas, 2007, p. 51).

41 Neste trabalho, “sistema tecnológico” é utilizado como sinônimo de “padrão tecnológico”, com o auxílio da seguinte ponderação: “Embora um sistema de TV digital seja integrado por diversos componentes, cada qual vinculado a determinados padrões tecnológicos, constituindo, portanto, um sistema tecnológico optamos, neste trabalho, por manter a expressão que se consagrou nos debates públicos, a de padrão tecnológico, recorrendo a uma definição mais ampla de padrão, voltada para o caso da TV Digital, como apresenta Freitas (2004, p. 15): ‘um padrão de televisão digital (ATSC, DVB-T ou ISDB-T) é um conjunto de padrões tecnológicos, correspondentes a cada camada da arquitetura, que otimiza os serviços de televisão digital em uma dada localidade’” (Leal; Vargas, 2011, p. 240).

Marcos Dantas (1989, p. 24-25) chamava a atenção para o fato de que, “se deixada ao sabor das ‘ondas’ internacionais, a informática em nosso país muito dificilmente atenderia ao conjunto das necessidades, carências e das potencialidades brasileiras”.

Nada como o Sistema Brasileiro de TV Digital – e todo o debate em torno de praticamente os mesmos pontos implicados na informática oitocentista – para, quase vinte anos depois, reavivar esse conceito de desenvolvimento dependente, que às vezes parece ser fenômeno passado de um já distante século XX. Mas não é. No mesmo texto em que realiza uma espécie de “etnografia da tecnologia” brasileira naquela década, sintomaticamente, Dantas (1989, p. 88) elabora uma comparação entre a indústria da informática e os mercados de televisão e de telecomunicações – estas ainda restritas à telefonia fixa. Afinal, as lógicas de fabricação de um computador não são muito diferentes da montagem de um aparelho de televisão ou de uma central de comunicação digital. Por isso, nos principais países, estes três segmentos – informática, eletroeletrônica e telecomunicações – integram “um bloco industrial único, o complexo eletrônico”. A convergência, então, não se resume nem se limita ao acesso, pelo “usuário-consumidor”, a conteúdos e serviços que demarcam uma intersecção entre diferentes linguagens e suportes. Adicionalmente – antes disso, na verdade –, a fusão de mídias, considerando também os aparatos técnicos, mobiliza de forma articulada, além dos vários setores implicados já citados, políticas públicas de diferentes áreas.

Essa não é exatamente a realidade brasileira – nem àquela época, nem agora. Há uma distribuição de diferentes protagonismos distribuídos nos centros de poder do país. No caso da radiodifusão, enquanto o capital **propriamente dito** está em São Paulo, com o seu vultoso e diversificado parque industrial; o capital político se centraliza em Brasília, com o Palácio do Planalto e a Esplanada, o Congresso Nacional e – importante registrar – as cortes superiores do poder judiciário; e o capital cultural (produção audiovisual e grande parte da indústria do entretenimento) se volta para o Rio de Janeiro, com destaque para a angular posição da Rede Globo nesse segmento de mercado. Já a posição da Zona Franca de Manaus<sup>42</sup>, por exemplo, é quase sempre periférica<sup>43</sup> nas decisões, primeiro em relação às mudanças evocadas pelo capital global e, depois, frente aos diferentes mas concentrados poderes políticos, econômicos e culturais concentrados em Brasília, São Paulo e no Rio de Janeiro, respectivamente (Mayer, 2007, p. 82).

Além dessa divisão geopolítica dos centros decisórios das comunicações no Brasil, as intercorrências identificadas na manutenção das diferentes infraestruturas e na oferta dos serviços

---

42 Num artigo interessante, em que analisa o papel coadjuvante da Zona Franca de Manaus nas questões da TV digital no Brasil, Vicki Mayer (2007, p. 82) registra a surpreendente lacuna deixada por economistas políticos da comunicação, que tendem a ignorar onde esta nova tecnologia será produzida e fabricada.

43 “A abrupta introdução dos aparelhos de televisão a cores e a criação, paralelamente, da Zona Franca de Manaus liquidaram o parque industrial eletroeletrônico brasileiro” (Dantas, 1989, p. 88).

denunciam uma clara fragilidade de o Estado operar como efetivo regulador do setor. Trata-se de um “ambiente institucional vigente para a comunicação social brasileira [...] **regularmente disperso**<sup>44</sup> e **politicamente fragmentado**, [que] ignora o valor social do trabalho e privilegia quase que exclusivamente a livre iniciativa”, define Murilo César Ramos (2008, p. 26, grifos do autor). A existência de diferentes diplomas jurídicos para ordenar as atividades de “radiodifusão” (rádio e TV, destacadamente) e de “telecomunicações” (TV por assinatura, Internet e telefonia, de forma mais relevante) é questionado pelos atores da área, a exemplo dos usuários e mesmo dos empresários. Com a inacabada expressão da “convergência tecnológica”, torna-se mais exigente a presença de um Estado que intervenha como modulador dos divergentes interesses em favor da proteção de direitos tão fundamentais quanto a alegada “liberdade de imprensa”.

A análise da história brasileira mostra que o Estado sequer regula o setor de radiodifusão, de modo a prestigiar o princípio do Estado Democrático de Direito. Em verdade, falta a necessária disciplina do setor televisivo para que o mesmo funcione, ao menos, segundo as regras do mercado. Para além disso, é preciso democratizar o setor audiovisual, no sentido de serem ampliadas as estruturas de comunicação e a diversificação do conteúdo na programação de televisão. Em uma verdadeira democracia não há liberdade absoluta de mercado; ao contrário, cumpre ao Direito a tarefa de regulá-lo, a fim de compatibilizar seu funcionamento conforme as demais liberdades e direitos (Scorsim, 2008, p. 316).

As dificuldades apresentadas por esse contexto são agudizadas quando se verifica a postura das grandes corporações midiáticas frente a essas transformações. A maioria – e isso é sintomaticamente evidenciado no Brasil – busca se proteger na trincheira da liberdade de imprensa do capitalismo liberal para impedir qualquer regulação democratizante do “monopólio da fala” que detêm, como aponta César Bolaño (2008, p. 19). Ao mesmo tempo, esses mesmos atores sociais exercem, aberta ou veladamente, uma sempre intenso controle – no caso, privado – sobre os conteúdos que interferem nos processos políticos, nas condutas políticas e mesmo nas estruturas de subjetividade contemporâneas. Em diálogo com as problematizações que devem ser feitas quanto às promessas do mundo digital, ele classifica como **ilusão** “pensar que os avanços da tecnologia, ao ampliar inclusive o número de canais e de possibilidades de comunicação horizontal, possam romper com essa situação, por si mesmos”, o que estava relativamente claro quando se apontavam as possíveis vantagens da TV digital em relação ao modelo analógico.

A interdição dos empresários se interpõe com mais contundência nas tentativas – frustradas, na maioria – de colocar em questão os próprios meios de comunicação (legislação, propriedade, conteúdo etc.) e toda a base industrial, seja de equipamentos, seja de conteúdos, que lhe dá

---

44 O que é confirmado pelas leis e normas que disciplinam as diferentes modalidades de televisão, que são tratadas em separado pelo legislador: televisão por radiodifusão (Lei nº 4.117/62), televisão a cabo (Lei nº 8.977/95), televisão por satélite (Decreto nº 2.915/97) e televisão por MMDS (Decreto nº 2.196/97), dispositivos que foram condensados na Lei nº 12.485/11. Já a televisão por ADSL (Internet) sequer é objeto de específico tratamento normativo no direito brasileiro.

sustentação. No caso da digitalização da TV brasileira, os pontos que transcenderam para o debate público foram fundamentalmente “acessórios”; a questão central, sobre quem seria realmente beneficiado com a mudança, permaneceu abafada. “O mais essencial é a política; é aquilo que a sociedade quer para a televisão digital. A política a ser materializada em uma nova legislação setorial; o novo marco regulatório”, aponta Murilo César Ramos (2008, p. 29). Esse *modus operandi* de envernizar as decisões mais relevantes como um objeto de especialistas – que, como “técnicos”, seriam “imparciais” – e de deixá-las para os bastidores não é fato novo nas comunicações. Apesar de breves momentos de oscilação – como a redação da Constituinte de 1988<sup>45</sup> e a formulação da Lei do Cabo, em 1995 – foi dessa forma que se deu a construção da arquitetura do setor desde as primeiras regulações da comunicação de massa, mais sensivelmente após a primeira legislação que abrange tanto o rádio como a televisão. Foi no contexto da aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), em 1962, que surgiu a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert). A partir da intervenção direta da entidade empresarial, articulada com uma bancada de radiodifusores no Congresso Nacional, foram derrubados todos os 52 vetos determinados pelo presidente João Goulart ao texto do projeto da Lei nº 4.117/62 aprovado pelo Congresso (Pieranti, 2007). O resultado consolidou a presença dos radiodifusores no contexto das negociações do setor no Brasil, principalmente com um conjunto de deputados e senadores que, quando não são apoiadores dos interesses das emissoras, são, eles próprios, concessionários de rádio e TV.

Este foi apenas “mais um capítulo de afirmação do poder do empresariado da comunicação sobre o Estado e sobre a esmagadora maioria da sociedade, com a conivência do governo” (Ramos, 2008, p. 28). Mais do que isso, pelo que a história tem mostrado, o “Estado” não é um organismo etéreo, que pode ser **esmagado** pelos empresários como se fosse o “lado fraco” em que a corda se arrebenta. Ao contrário, como exposto anteriormente, ele se coloca como um **agente** que incide de forma coordenada com os interesses do mercado na maioria das vezes, embora haja pontos de distensão. Mesmo em períodos de exceção, o Estado não é um organismo monolítico, mas sim um espaço também condicionado pelas disputas que ocorrem na totalidade social.

O fato é que os empresários, mais do que dominar o aparelho estatal por fora, integram-no, sendo, em um só tempo, formuladores e beneficiários de legislações, atos administrativos e de políticas públicas, o que confere a eles a condição de duplamente favorecidos. Ora, mas, como se sabe, quando quer conseguir do Estado um “tratamento diferenciado para demandas econômicas,

---

45 Apesar de as disputas em torno da aprovação do capítulo da Comunicação na Constituição de 1988 terem contado com a participação de entidades de movimentos sociais organizadas na Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação é necessário destacar que, na Assembleia Nacional Constituinte, pelos menos 20% dos congressistas eram concessionários de emissores de rádio ou televisão Ou seja, diretamente mobilizados pelos interesses corporativos e empresariais.

financeiras, tributárias, regulamentares e regulatórias, esse mesmo patronato não se vexa em exercer todo o poder de pressão de que dispõe para assegurar privilégios” (Ramos, 2008, p. 27).

Em países referenciados como modelos de liberalismo político e econômico, como os Estados Unidos, os sistemas de comunicações, principalmente rádio e televisão, foram desenvolvidos com relevante capacidade do Estado de regular e organizar o mercado, mesmo a propriedade e o conteúdo – este tido como “intocável” em quase todos os debates públicos havidos no Brasil. Apesar de eminentemente comercial, lá o setor foi construído com a garantia de mecanismos alternativos de produção e de distribuição de programações culturais e com uma ampla base legal para promover e afirmar direitos liberais contra eventuais abusos das empresas que violassem a dignidade das pessoas (Ramos, 2008, p. 31). O problema é que se vive num país em que a radiodifusão, baseada num bem público escasso (espectro eletromagnético), é tratada em acordos firmados sem respeitar os princípios constitucionais da administração pública<sup>46</sup>, como se fosse um assunto particular qualquer. Onde, como também lembra Murilo César Ramos, sequer os contratos de concessão em vigor são divulgados publicamente; e se, mesmo que fossem, possivelmente não cumprem as exigências mínimas previstas nas leis e normas do país.

A reestruturação capitalista, que impulsionou a convergência entre radiodifusão e telecomunicações, também tem implicações diretas no setor do ponto de vista das ações do Estado, relevando a necessidade de reavaliação de políticas públicas e de estratégias regulatórias (OCDE, 1992 *apud* Pieranti; Wimmer, 2009, p. 325). Esse momento de transição é marcado pela diluição das fronteiras entre telecomunicação, radiodifusão e informática, o que demanda novos regulamentos, redefine necessidades públicas, reinventa serviços e mistura as mídias, confundindo ainda mais uma reflexão já complicada sobre a política e a economia da comunicação (Santos; Silveira, 2007, p. 49).

De acordo com as apostas lançadas pelos movimentos sociais da área e por alguns pesquisadores, a implementação do SBTVD poderia favorecer também a oportunidade para avançar em pelo menos duas frentes de demandas represada há pelo menos cinquenta anos: primeiro, rever a estrutura das comunicações no país, identificando as diferentes formas de concentração existentes – horizontal e vertical –, atentando para a propriedade cruzada, uma das principais causadoras da oligopolização do mercado (Bolaño; Brittos, 2007; Scorsim, 2008; Pieranti; Wimmer, 2009); depois, promulgar uma nova lei geral que não só atualize, mas reveja integralmente a atual legislação, que já se mostrou estar anacrônica. Além de não regulamentar sequer os princípios defendidos pela própria Constituição Federal, as diferentes leis são pouco equitativas no tratamento que dá aos diferentes atores que intencionam produzir comunicação, sejam estas empresas

---

46 “Legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência”, de acordo com o *caput* do Art. 37 da Constituição Federal de 1988.

convencionais (emissoras regionais), organizações não-comerciais (rádios comunitárias) ou mesmo instituições estatais (emissoras estaduais), impondo distintas **barreiras à entrada** para que esses novos sujeitos se consolidem.

Acontece que, até o presente momento, o legislador não foi capaz de estabelecer um marco jurídico adaptado à nova realidade constitucional e também a realidade social, econômica e cultural, conforme a evolução do estado da técnica, para fins de regulação do setor de televisão por radiodifusão e a comunicação social em geral, havendo um verdadeiro estado de omissão legislativa inconstitucional (Scorsim, 2008, p. 83).

A convergência deve ser compreendida não como uma consequência técnica/tecnológica, mas como resultado de um conjunto de fatores. A tecnologia (ou a “convergência midiática”, no sentido estrito de fazer convergir tecnologias de informação e comunicação) não é autossuficiente. Isso porque, ao tempo que criam mais controle quando parecem libertar, no caso dos usuários, essas mudanças também incidem negativamente na zona de conforto de parte dos grupos hegemônicos – no caso, gerando predomínios econômicos e culturais de novos tipos e com outras dimensões. Isso não significa que a convergência tecnológica deve ser considerada apenas como **um dos elementos** que constituem os diferentes mecanismos de dominação na área da comunicação.

Por exemplo, não é apenas a convergência midiática que fragiliza as empresas de radiodifusão como atores econômicos no mercado das comunicações no Brasil, em comparação com os grupos de telecomunicações. Da mesma forma, esse processo não seria o único responsável por promover uma revolução no cenário dos atores sociais que hegemonizam principalmente a produção de conteúdo no país. Os ingredientes políticos, sempre reciprocamente condicionados por agentes econômicos, são mais definidores do que a aparente racionalidade objetiva que a tecnologia parece ter para explicar os altos e baixos do mercado ou os avanços e retrocessos das formas de fazer e consumir comunicação.

Assim, do ponto de vista do mercado, os negócios não são um processo inconveniente somente para aqueles que o margeiam. A convergência dos meios de comunicação tem se imposto para todos os agentes econômicos, com impactos diretos nos modelos de negócios e na organização das diferentes cadeias produtivas, inclusive para os líderes do momento. A reforma das telecomunicações executada em alguns países europeus nas décadas de 1970 e de 1980 afetou diretamente as mudanças que estavam acontecendo na radiodifusão, com a gradual retirada do Estado e a inserção cada vez maior de emissoras privadas<sup>47</sup>. No início dos anos 1990, estudos da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) apontavam a ocorrência de uma inevitável convergência entre os setores de telecomunicações e de radiodifusão e

---

47 Ao contrário dos Estados Unidos, cuja TV aberta já surge comercial, na Europa, não foi no espectro, mas através do cabo e do satélite que se expandiram as emissoras privadas, que depois foram para a TV aberta (Dantas, 2007, p. 55).

destacavam a intenção das operadoras de telefonia móvel, que necessitavam de frequências para ampliar a oferta de serviço e estavam dispostas a pagar caro por elas.

Essa reconfiguração, na Europa e nos Estados Unidos, fortaleceu a visão do espectro eletromagnético como um bem valioso, o que os levou a reavaliar a ocupação dele pela radiodifusão. O prioritário passou a ser abrir mais espaço para investidores que se mostrassem dispostos a pagar mais pela utilização das faixas de frequência (Dantas, 2007, p. 60). Obviamente, se antes a alocação do espectro se dava sem a arrecadação de tantas receitas para o poder público, a possibilidade de leiloar as outorgas para outros agentes do mercado parecia bem mais vantajoso para o Estado, duplamente inclusive: no ato da “venda”, ao outorgar as concessões para quem pagasse o maior valor; e no recolhimento de impostos, já que as telecomunicações já vinham apresentando receitas bem superiores às de rádio e de televisão.

Do ponto de vista político – e também econômico –, a indústria eletroeletrônica era vista como o combustível para um novo ciclo desenvolvimentista que se apresentava com o convidativo rótulo de “sociedade da informação”. Isso porque, com a recessão mundial da economia capitalista, que vinha desde o começo dos anos 1970 – o que acontece atualmente, inclusive –, com destaque para a Crise do Petróleo (1973), os líderes do “Primeiro Mundo” propunham outro modelo de organização do Estado e dos mercados, inclusive outro arcabouço jurídico que proporcionasse a “revitalização dos negócios suportados em uma nova **base técnico-produtiva**” (Dantas, 2007, p. 57). Essa resposta dos Estados em favor dos conglomerados industriais envolvia diretamente o mercado de radiodifusão, de telecomunicações e de informática. Na Europa, o Livro Verde<sup>48</sup> (1987), que tratava das telecomunicações, previa “a abolição dos monopólios nacionais e esboça o problema das redes de informação como fator de construção do mercado único” (Mattelart, 2002<sup>49</sup> *apud* Dantas, 2007, p. 57).

A tecnologia estava a serviço do projeto político-ideológico e, por trás dele, encontravam-se pactuados os interesses dos principais atores político-econômicos: a indústria fabricante, os antigos e novos fornecedores de infraestrutura e serviços de telecomunicações, os operadores de TV paga, os radiodifusores estatais e privados (Dantas, 2007, p. 63).

Essa função estratégica da tecnologia num período de crise<sup>50</sup> – e também de rápidas transformações no setor eletroeletrônico – não se limitava à Europa, cujo mercado era dominado por empresas como Philips (holandesa), Siemens (alemã), Thomson (francesa), Ericsson (sueca),

48 UNIÃO Europeia. **Rumo a uma economia europeia dinâmica**: Livro Verde relativo ao desenvolvimento do mercado comum dos serviços e equipamentos de telecomunicações”, disponível em: <[http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index\\_pt.htm](http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index_pt.htm)>. Acesso em: 02 set. 2012.

49 MATTELART, Armand **Historia de la sociedad de la información**. Buenos Aires: Editorial Paidós, 2002.

50 A história das tecnologias, com foco na indústria eletroeletrônica e nas formulações da TV digital, entre as décadas de 1970 e 1990 é baseado, como está claro, no artigo de Marcos Dantas (2007), que, por sua vez, referenciou-se nas “detalhadas exposições” de Jeffrey Hart (2004) e Herman Galperin (2004).

Bosch (alemã) e outras. Já no Japão, empresas como Matsushita, Sony, Toshiba, Mitsubishi, Sanyo, Sharp e Hitachi lideravam as negociações em torno das definições de investimentos públicos e privados no desenvolvimento da “TV avançada” ou “TV em alta definição”, a partir de pesquisas que vinham desde a década de 1970. Somente o caso dos Estados Unidos diferia um pouco: a indústria eletroeletrônica, fragilizada, sequer compôs o primeiro comitê consultivo para discutir a transição tecnológica da televisão aberta. Em compensação, este tinha a participação das “*majors*” CBS, NBC e ABC – e da Associação Nacional dos Radiodifusores –, além de empresas estrangeiras japonesas e europeias, enquanto a Associação Americana de Eletrônica foi “esquecida”. Nesse ponto, além da prevalência do sistema comercial na radiodifusão, o Brasil se aproxima mais uma vez dos EUA ao ignorar uma indústria que não é periférica, como se quer fazer crer, mas central para pensar a televisão digital ou qualquer outra mudança no nas tecnologias de informação e de comunicação.

Analisando os interesses mobilizados pela digitalização da TV, Marcos Dantas (2007, p. 59) relaciona alguns impactos para o caso europeu que, em certa medida, podem ser estendidos para os demais contextos, inclusive o brasileiro. Os radiodifusores queriam manter ou aumentar os índices de audiência da televisão aberta ao oferecer uma transmissão com alta qualidade técnica de som e imagem. A indústria eletroeletrônica, o que inclui o segmento de componentes semicondutores, pretendia alcançar uma retomada das vendas de receptores de TV, além de antenas, sintonizadores e conversores. Por fim, as operadoras de telecomunicações projetavam a plena ocupação de satélites, cabos e outros componentes de infraestrutura e também reivindicavam a liberação das frequências da radiodifusão para novos e mais rentáveis usos, como acontece atualmente no Brasil. Essa configuração é derivada de um modelo de desenvolvimento que vê no Estado e nos conglomerados industriais e financeiros o papel de “formular um projeto estratégico **nacional** de defesa e fortalecimento de suas indústrias de informação e comunicação, entendendo-as como **centrais** [...]”. **A TV digital é fruto direto dessas políticas**”, descreve Dantas (2007, p. 47, grifo meu).

Os modelos político-econômicos de radiodifusão implantados nos países centrais na década de 1920 perdurariam até os anos 1970. Novas condições político-econômicas vão erodi-los nos anos 1980-1990, ameaçando a sobrevivência de organizações acostumadas a monopolizar audiências por mais de meio século. Desta crise, componente da crise geral vivida pelo capitalismo nas mesmas duas décadas, nascerá a TV digital (Dantas, 2007, p. 47).

No Brasil, ao contrário, a TV digital parece ser somente mais uma fase da tentativa de solucionar a crise de um modelo de televisão que teima em não se atualizar. A interatividade, a multiprogramação, os multisserviços e outras inovações – ou seja, o que haveria de mais atrativo na nova forma de consumir televisão – não são alvo de interesse dos proprietários de emissoras de televisão aberta. Os principais centros de pesquisa, como o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento

em Telecomunicações (CPqD) e as universidades que participaram das pesquisas de um padrão nacional, são desconsiderados nos momentos mais decisivos. As faixas de espectro “desocupadas” – provenientes da compressão de dados na transmissão ou da liberação das faixas<sup>51</sup> – não é direcionada para o ingresso de novos atores no cenário. Não se move, portanto, em nenhum momento para superar o velho formato de televisão **unidirecional**, com grades de programação fixas e horários engessados, que são sustentação à publicidade, base do seu modelo de negócios.

No artigo em que analisa a Zona Franca de Manaus no contexto da TV digital no Brasil, Vicki Mayer (2007, p. 85) lembra que análises do mercado revelavam, no Brasil, um mercado saturado para a comercialização de televisores de 14 e 20 polegadas, os formatos mais populares. Mais ainda, não havia saídas muito promissoras no curto ou no médio prazo, já que, apesar de o consumo ter apresentado crescimento na venda de aparelhos de telas planas e para modelos com leitores de DVD, estudos apontam que a grande maioria dos brasileiros troca seus aparelhos de televisão apenas a cada cinco anos. “Com 98% das casas já equipadas com aparelhos de televisão, apenas a televisão digital poderia criar um mercado de massa futuro nesse setor”, indica.

Nesse sentido, serviços de telecomunicações como a Internet banda larga e mesmo a telefonia móvel são vistos como ameaças reais. A TV por assinatura, uma espécie de “prima rica” (e renegada) da sexagenária televisão brasileira, é perseguida não como uma referência, mas como uma concorrente direta, embora ainda não se apresente como uma rival à altura em relação à captação de receitas publicitárias. Não é recente a guerra declarada, no Brasil, entre os reativos empresários de radiodifusão organizados em torno da cinquentenária Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) e os proativos executivos das telecomunicações: se os primeiros manejam baseados sobretudo no poder político que ainda detêm, os segundos veem no capital financeiro (quase dez vezes superior) o principal alicerce dos movimentos. Também é o que se tem assistido também no Brasil, na “batalha épica”<sup>52</sup> já estabelecida pelo uso das “frequências analógicas” (faixa dos 700 MHz) que serão liberadas após a transição completa (*switch-off*), em 2016.

Como indicam Valério Brittos e César Bolaño (2009, p. 318), com a convergência de

---

51 Trata-se do chamado “Dividendo Digital”, expressão dada à liberação do espectro em VHF (Banda III:174 - 230 MHz) e em UHF (Bandas IV e V: 470 - 862 MHz) após o fim do *smulcast*, previsto para junho de 2016, de acordo com o previsto no Decreto nº 5.820/06. *Very High Frequency* (VHF), “frequência muito alta”, vai dos tradicionais canais 2 a 13, enquanto *Ultra High Frequency* (UHF), “frequência ultra-alta”, compreende os canais 14 a 69.

52 “O que realmente vai incendiar a disputa entre TVs e teles é a briga pelo domínio do espectro de 700 MHz. Para a radiodifusão, o espectro é tão importante quanto a audiência. Sem ele, não existe distribuição de sinais e, portanto, não existe o serviço da forma aberta e livremente recebido como é caracterizado no Brasil. Para as teles, por outro lado, o espectro é a garantia da mobilidade e dá o caminho para a massificação da banda larga em manchas urbanas e nas áreas rurais. A faixa de 700 MHz, tão cobiçada de lado a lado, é hoje domínio da radiodifusão. Estamos falando de uma fatia de cerca de 108 MHz entre as frequências 698 MHz e 806 MHz, que abriga 18 canais de TV em UHF com 6 MHz de largura cada. São os canais de 50 a 69. Trata-se de uma faixa que há décadas está atribuída e consignada, no Brasil, ao serviço de radiodifusão, e assim deveria permanecer até pelo menos dezembro de 2016, quando termina o prazo da migração para a TV digital e haveria espaço para a rediscussão de quem deve ficar com a faixa” (Possebon, 2011).

serviços, a maior aposta do empresariado das telecomunicações, tanto o nacional como o internacional no setor do audiovisual se dá na possibilidade de ofertar o chamado *triple* ou *quadruple play*, como já tem sido denominada a oferta, por uma mesma empresa, de televisão, Internet banda larga, telefonia fixa e telefonia celular. Não à toa, um das principais estratégias dos radiodifusores, liderados pela Globo, era impedir a entrada de empresas de telecomunicações no setor de televisão por assinatura por temer a perda de fatias de um ainda reduzido mercado hoje oligopolizado pelas empresas Net, que tem capital majoritariamente nacional, parte dele da própria Globo, e Sky, controlada principalmente por acionistas estrangeiros (Paulino; Haje; Leal, 2008, p. 14). Este era o resumo dos interesses envolvidos na tramitação do Projeto de Lei 29/2007<sup>53</sup>, embora houvesse outros, referentes, por exemplo, às cotas de conteúdo, que dão reservas às produções nacionais, e ao controle acionário das empresas de telecomunicações pelo capital estrangeiro, que agora não tem limite.

---

53 Após aprovação pelos deputados, o projeto passou a ser conhecido como PLC-116 (projeto de lei da câmara) e posteriormente se converteu na Lei 12.485, que foi sancionada pela presidenta Dilma Rousseff em 12 de setembro de 2011.

## **2 Televisão no capitalismo à brasileira**

A atual configuração dos meios de comunicação, além de ser marcada pelo fenômeno da convergência tecnológica e da digitalização das mídias, sedimenta-se num cenário em que se delineiam relações entre grupos de interesse das sociedades mundial, nacional e local, em função do controle dos serviços e dos elementos estruturais da chamada sociedade da informação. Na interessante articulação que faz entre o “príncipe” de Maquiavel e o “príncipe moderno” de Gramsci, Octavio Ianni (1999, p. 22-23) expande o conceito para abordar a influência e a atuação *ativas* da mídia, com destaque para a televisão, que, para ele, “exerce uma influência acentuada ou preponderante nas relações, processos e estruturas de integração social, desde cima, espalhando-se pelas diferentes esferas da vida social”. Além disso, as corporações transacionais, interessadas no comércio de mercadorias e na publicidade, bem como na expansão dos mercados e no crescimento do consumo, tornam-se “agentes importantes, frequentemente decisivos, do modo pelo qual se organizam, funcionam e expandem as novas tecnologias da comunicação. Sem esquecer que grande parte da mídia organiza-se em corporações e, muitas vezes, faz parte de conglomerados também transacionais” (Ianni, 1999, p. 16).

Isso significa, na prática, que, na transição de cada padrão tecnológico ou na inserção de um novo meio de comunicação, o que está em jogo são os interesses dos Estados em articulação com os principais conglomerados empresariais (nacionais ou transnacionais), tendo sempre em vista a economia e a geopolítica internacionais. A explicação principal para essa interdependência é o caráter muito internacionalizado do mercado das indústrias de alta tecnologia, fator hoje transversal, com a mundialização do capital, mas também pela concentração da capacidade de ciência e tecnológica nos países mais centrais da economia. Em decorrência desse desequilíbrio de forças, ao final das disputas, na maior parte das vezes, não são os interesses dos Estados nacionais periféricos que prevalecem, mesmo considerando-os no conjunto, mas sim a composição social, as demandas de consumo e a organização da produção dos países centrais na economia mundial – especialmente, Estados Unidos, países líderes da Europa, Japão e, nos últimos anos, China. Nesse sentido, três tendências inter-relacionadas parecem direcionar fortemente aqueles serviços e elementos estruturais e condicionam as negociações de interesses dos vários grupos econômicos, culturais e políticos: 1) formação de conglomerados de empresas, estimulada por desregulação e competição, num crescente mercado mundial; 2) globalização do mercado da produção intelectual, com grande número de produtos simbólicos marcados por uma cultura de consumo internacional; e 3) privatização, caracterizada pela predominância de interesses privados – em detrimento do interesse público (Jambeiro, 2004, p. 73).

Sergio Capparelli (1982, p. 14) destaca um elemento estrutural de análise que também é

assumido por grande parte dos autores da Economia Política da Comunicação<sup>54</sup>: essa fase do sistema capitalista apresenta também uma tendência acelerada da economia à concentração, passagem do capitalismo competitivo para a sua fase monopolítica. Esta tendência à monopolização já começara em fins do século passado, mas seu amadurecimento se reforçou a partir da Segunda Guerra Mundial. Àquela altura, com uma maior intervenção do estado *keynesiano* na maioria dos Estados centrais, principalmente na Europa, o capital exigia *demanda* para completar o ciclo de produção, circulação e, principalmente, de consumo de mercadorias, que serviu de motor para essa reconstrução do modo de produção no pós-guerra.

Nicholas Garnham (1991) aponta que, nesse contexto, a economia política do sistema de televisão se estabeleceu no equilíbrio construído entre três processos. Primeiro, o desenvolvimento da infraestrutura de transmissão e recepção, que envolveu uma parceria entre o Estado e os consumidores da indústria eletrônica nacional. Segundo, dada a impossibilidade técnica de criação de sistemas de pagamentos diretos, mobilizou programas de financiamento, o que envolveu uma parceria entre o Estado, como uma fonte de receita de licenciamento ou de impostos diretos, e o setor de anunciantes. Terceiro, como exigido pelo acesso limitado ao espectro, a indústria de televisão teve que se mobilizar e manter a legitimidade política para mediar interesses junto aos governos. Essa natureza do pacto fordista entre o Estado e a televisão adotou formas nacionais diversas, dependendo das diferenças da estrutura econômica, do nível de desenvolvimento e do equilíbrio das forças sociais. Em outras palavras, “a estrutura sociopolítica e econômica das diferentes sociedades também determina a estrutura interna de seu sistema de mídia, os métodos de financiamento deste e, conseqüentemente, das relações intersistêmicas das diferentes organizações da mídia” (Gurevitch<sup>55</sup>, 1991 *apud* Ianni, 1999).

A televisão, assim com os demais meios de comunicação eletrônica, deve ser considerada não um simples aparato, mas um instrumento tecnológico em busca de necessidades que lhe confirmem permanente legitimação social. Nesse sentido, não se podem ver os meios a partir da lente do “determinismo técnico” ou da ideia de “neutralidade da técnica” (Wolton, 1996, p. 66). Ambas angulações poderiam levar a incorrer em erros teóricos e metodológicos ao examinar os complexos processos que condicionam as mídias. O conceito de televisão, portanto, não pode ser limitado às suas particularidades tecnológicas nem às suas qualidades estéticas, considerando aqui a produção de conteúdos. “Televisão é um sistema informativo homólogo aos códigos da economia de mercado e acionado pelo desenvolvimento tecnológico” (Sodré, 1977, p. 18).

Os meandros do funcionamento da televisão, definitivamente, vão além da lógica interna de

---

54 A exemplo de Bolaño (2000), Brittos e Bolaño (2007) e de Dantas (2007).

55 GUREVITCH, Michael. The globalization of electronic journalism. In: CURRAN, James; GUREVITCH, Michael (Orgs.). **Mass Media and Society**. London: Edward Arnold, 1991. p. 185-188.

funcionamento das fases da cadeia de valor (produção de conteúdo, programação, distribuição/entrega e consumo). Sodré (1977, p. 84) define a televisão como a **ponta tecnológica** do processo caracterizado pela “monopolização da fala”, que guarda, segundo ele, uma “homologia com os fenômenos de concentração da produção econômica, do poder político e do neomonolitismo das formas de pensamento”. Dessa forma, fica mais evidenciado o duplo objetivo da televisão, numa articulação de complementaridade. A eficácia da televisão pode ser dimensionada de acordo com a sua produtividade econômica, mas também na proporção dos seus dividendos políticos. Na dimensão econômica, a televisão reproduz o capital investido, servindo como produção de valor, e, como produto híbrido, utiliza mão de obra física e intelectual que se redimensiona na fase do consumo. No âmbito político, a televisão difunde e reforça determinadas ideias, majoritariamente dominantes. Embora haja “situações de conflito” entre o Estado, que procura mais a rentabilidade política, e os empresários, que buscam ganhos econômicos, trata-se, segundo Capparelli (1982, p. 12), de “ocorrências de superfície”, pois geralmente os interesses do aparelho estatal e dos grupos privados “se rearticulam” ao final.

O Estado, então, termina atuando como um **agente do mercado** na maioria dos casos, beneficiando empresários e outros atores hegemônicos. Para assegurar esses pressupostos, o Estado assume diferentes funções, a depender dos interesses e dos contextos econômicos, políticos e tecnológicos. Nos termos de Jambeiro (2004, p. 72), o Estado pode assumir os papéis de **proprietário**, gerindo o espectro eletromagnético como bem público e sustentar emissoras de rádio e TV que explore diretamente; de **promotor**, porque formula e executa políticas para o desenvolvimento do setor, fazendo investimentos na infraestrutura e concedendo incentivos e subvenções; e, por fim, de **regulador**, com a discricionariedade de fixar regras de instalação e operação de infraestruturas e serviços. Mais do que dominar o aparelho estatal por fora, os empresários de radiodifusão também integram-no, sendo, em um só tempo, formuladores e beneficiários de legislações, atos administrativos e de políticas públicas, o que confere a eles a condição de duplamente favorecidos.

Além disso, o sistema industrial mantém uma dependência direta com as comunicações, principalmente com a televisão comercial, chegando a ter a existência comprometida no caso do insucesso dessa mídia. Essa relação é explicada pela forma como os mecanismos de mercado operam para transformar a **informação** num vetor estratégico na produção de mercadorias. Como coloca Granham (1991), não foi coincidência que a “ascensão e queda” do que poderia ser entendido como o “período clássico” da televisão coincidiu com o prolongado *boom* econômico fordista. Este período variou em alguns anos de país para país a depender do desenvolvimento do setor industrial e da expansão do mercado interno de cada economia, mas, no contexto mundial, o fim é marcado pela Crise do Petróleo, ocorrida no começo dos anos 1970. Desse modo, a televisão

cumpriu uma múltipla função frente àquela fase do capitalismo, incidindo inclusive no modo como se deu a regulação do setor de radiodifusão – o que é ainda mais perceptível nos países em que se adotou majoritariamente o modelo comercial de televisão aberta, como nos Estados Unidos, que, por sua vez, foi acompanhado pelo Brasil. Portanto, o sistema televisivo

no era tan sólo un modelo clásico fordista, sino también el lugar clave tanto de la acumulación como de la regulación fordista. Constituía el punto clave de la acumulación porque creaba el mercado para los equipos receptores de la televisión, que fue uno de los principales motores del crecimiento fordista y porque proporcionaba la herramienta clave del *marketing* para los bienes de consumo de masas – fundamentalmente comida precocinada y productos de larga duración –, sobre los que se basaba en buena medida el *boom* fordista. También representaba un punto clave para la regulación, ya que solucionaba una de las potenciales contradicciones del fordismo (Garnham, 1991, s/p).

Existe, portanto, um *gap* entre a consolidação da TV nos países centrais, já nos anos 1950, e a instituição do sistema televisivo definido por Sodré (1977, p. 91) no Brasil, porque, diferentemente dos Estados Unidos, aqui não havia fatores de demanda suficientemente fortes para sustentá-lo. O que houve, em 1950, foi a chegada ao país dos **equipamentos** televisivos, inaugurando uma fase que muitos autores chamam de “elitista” (Mattos, 2009) ou mesmo de “experimental”, quando a atividade da TV, ainda em formação, tinha um “caráter ao mesmo tempo aventureiro e improvisado” (Barbosa, 2010, p. 15). Esse período foi dominado pelo grupo Diários Associados, de Assis Chateaubriand, que, com seu “império”<sup>56</sup> construído com base nas publicações impressas (jornais e revistas) e no rádio, viabilizou a TV Tupi, dando início a uma produção televisiva que não ia muito além do amadorismo. Depois, as paulistas Record (1953) e Excelsior (1960), com mais condições de competitividade, abririam caminho para outra etapa da televisão brasileira.

O modelo de negócios, a composição da programação e até as preferências estéticas, nesses primeiros anos, foram definidos tendo como referência o rádio, que desde a década de 30, juntamente com o jornal, desenvolvia-se como um dos elos existentes entre a produção e o consumo, inserindo a publicidade de produtos. Em resumo, a TV recém-chegada já se caracterizava “pela busca de audiência de massa, pela predominância de entretenimento em detrimento dos programas educacionais e culturais e pelo controle privado sob fiscalização governamental, com a sustentação econômica baseada na publicidade” (Jambeiro, 2001, p. 51).

Essa condição da TV brasileira vai persistir até a sedimentação de uma série de fatores apontados como pressupostos para a “decolagem” do novo veículo, do ponto de vista da demanda: a) industrialização e unificação do mercado por um centro econômico; b) aumento dos níveis de renda e aparecimento de novas camadas de consumidores; c) crescimento e modernização das

---

56 Assis Chateaubriand, na sua fase áurea, chegou a 36 emissoras de rádio, 34 jornais e 18 canais de televisão. A formação deste oligopólio, de certa forma, confirma a tendência da economia dos anos 1950 (Capparelli, 1982, p. 22).

idades; d) elevação dos níveis de instrução e aparecimento de novas carências de lazer; e) custo unitário dos serviços informativos relativamente baixo para cada consumidor, devido à expansão do financiamento publicitário (Sodré, 1977, p. 84-85).

Isso só foi possível após os intensos investimentos que marcaram a economia nacional principalmente a partir do governo de Juscelino Kubitschek (1956-1961), com a concomitante alavancagem do capitalismo fordista mundial. A virada da década de 1950 para os anos 1960 marca o momento em que o mercado interno brasileiro se internacionaliza, dando a uma parcela mínima da população condições de consumir, o que seria a base para a consolidação da publicidade na televisão, inserindo-se em toda a programação, e não se limitando ao patrocínio de programas específicos, como na fase inicial.

A partir daí, o papel da televisão assume outra dimensão: “primeiro, tornando-se, ela mesma, um símbolo dessa **sociedade de consumo** e, em segundo lugar, reforçando estas novas tendências” (Capparelli, 1982, p. 20, grifo do autor). Em compasso com a modernização das tecnologias das comunicações (invenção do videoteipe, formação de redes etc.), a diversificação dos bens de luxo e a reconcentração da renda, permitindo a realização de gastos supérfluos por alguns segmentos sociais, foram elementos que impulsionaram diretamente a expansão da tevê. Apesar disso, até meados dos anos 1960, o rádio ainda era o principal veículo de comunicação de massa do país. Logo caberia à televisão o papel de mudar sua programação para expandir o seu público<sup>57</sup> com o objetivo de integrar à audiência outros segmentos sociais urbanos, favorecendo o interesse dos anunciantes pela TV.

Após o golpe **civil-militar** de 1964, ocorre uma série de mudanças econômicas políticas e institucionais que concorreram para reconfigurar o mercado de televisão brasileiro. Aproveitando a escalada do capitalismo fordista, o governo ditatorial forjou um modelo nacional de crescimento econômico, baseado no endividamento externo. Também pôs fim à agitação política que perturbava os interesses de empresários urbanos e latifundiários rurais, contrariados com as reformas pretendidas pelo governo de João Goulart, que havia sucedido Kubitschek após a passagem de Jânio Quadros pela Presidência. Assim, “antigas elites foram substituídas por setores mais afinados com a lógica modernizadora, como tecnocratas, financistas, industriais e outros” (Sodré, 1977, p. 98). Esses acontecimentos influenciaram direta e indiretamente o êxito da Globo, que aparece em 1965 apresentando-se como um exemplo do caráter modernizador na administração empresarial, que seria conduzida por executivos profissionais. Os Diários Associados e a TV Globo representariam, portanto, duas organizações expressando diferentes épocas de expansão do capital (Capparelli,

---

57 A conquista da audiência teve um registro cultural insólito no Brasil. Foi a Globo a principal responsável pela **estética do grotesco**, que liderou a audiência de tevê entre 68 e 72, justamente o período do *boom* econômico-financeiro. O **grotesco** significou uma singularíssima aliança simbólica da produção televisiva com os setores pobres ou excluídos do consumo nas “ilhas” desenvolvidas do país (Rio e São Paulo) (Sodré, 1977, p. 102).

1982, p. 21).

Nesse ponto, o trabalho de Daniel Herz (2009) sobre os caminhos “secretos” percorridos daquela que se tornaria a principal empresa de comunicação do Brasil é indispensável para compreender como se deu a construção política e econômica do novo símbolo da oligopolização da mídia. A implantação da empresa da família Marinho abriu “uma fase acelerada de modernização dos sistemas de comunicação de massa, inaugurou práticas empresariais compatíveis com essa modernização e inspirou políticas oficiais que amparam as pretensões privado-comerciais dessas empresas” (Herz, 2009, p. 25).

A empresa, então novata, após um início fundado em bases de financiamento flagrantemente inconstitucionais (convênio com o grupo *Time/Life*), passa a despontar como empresa comercialmente ousada, baseando-se, em grande parte, no modelo da TV Excelsior para criar o que os marqueteiros denominaram de “padrão Globo”. O estabelecimento dessa nova referência técnica e estética, de acordo com Bolaño (2004, p. 51), foi fundamental para construir o domínio da Globo das décadas seguintes, porque elevou intensamente as exigências de recursos para penetrar na faixa de mercado. Ou seja, serviu como uma forte “barreira à entrada” não somente de novos concorrentes como também dos já efetivos – inclusive do SBT e da Manchete, surgidos no começo dos anos 1980. A partir da consolidação da Globo como líder do mercado televisivo, o que se mantém nos últimos 40 anos, todas as fases<sup>58</sup> que se seguiram, inescapavelmente, possuem vínculo direto com as decisões tomadas por esse grupo empresarial.

## 2.1 O *digital* como destino manifesto: determinismos tecnológicos

As construções em torno dos impactos benéficos das denominadas “novas” tecnologias da informação e da comunicação (TICs) – e o caso da TV digital é emblemático – têm incentivado um sem-número de pessoas a considerar os cenários possíveis, contingentes e fatalmente emergentes da universalização do acesso a aparatos convergentes, redes horizontalizadas ponto-ponto e plataformas multimidiáticas, entre outros ambientes e dispositivos. Esse futuro idílico, ornamentado por “potenciais” das tecnologias, estaria a salvo de antigos problemas daquilo que se considera **velhas mídias** (imprensa escrita, rádio e TV). Apesar de ser mais apropriado aos segmentos “integrados”, este cenário também é recorrentemente idealizado, ainda que com outros objetivos, mesmo por críticos dos grupos mais “apocalípticos”, atualizando os temas de Umberto Eco (1979). Nesse grupo de “tecnoutopistas” ou “apologetas” das novas tecnologias – como bem define

---

58 De acordo com Sérgio Mattos (2009), há ainda os períodos “do desenvolvimento tecnológico” (1975-1985); “da transição e da expansão internacional” (1985-1990); “da globalização e da TV paga” (1990-2000); e “da convergência e da qualidade digital” (a partir dos anos 2000).

Fernando Mattos (2008) –, conjugam-se jornalistas especialistas do assim definido “mundo conectado”, pesquisadores das tecnologias da informação e da comunicação (TICs) de várias áreas, executivos e consultores de todo tipo de empresas transnacionais, movimentos sociais, gestores públicos de diferentes níveis de governo e de divergentes tendências políticas.

É necessário problematizar conceitos como “sociedade da informação”, analisar a factibilidade das “possibilidades” de libertação a partir de certo determinismo tecnológico e apontar o que está implicado na implementação da TV digital no Brasil, cujas primeiras transmissões comemoraram cinco anos em dezembro de 2012, e nas discussões em torno do sistema de rádio digital a ser adotado no países. Esses determinismos não contribuem para instituir a agenda pública de uma nova regulação da “antigas mídias” e, mais ainda, da constituição de formas de participação nos processos decisões em torno delas (da infraestrutura ao conteúdo). Conforme lembra César Bolaño (2008, p. 14), essas formulações em torno de uma “Sociedade da Informação” ganharam tantos apoiadores, da academia aos governos, que terminaram se concretizando “não como um novo tipo de sociedade diferente do capitalismo, mas como projetos nacionais, articulados em nível global, sob o comando dos EUA. [Assim], as transformações não se limitam a mudanças de ordem tecnológica, mas atingem o conjunto do modelo de regulação das comunicações em nível mundial”.

Ao abordar os efeitos da TV digital na utilização do espaço eletromagnético primeiramente, apresenta-se o funcionamento técnico da nova televisão que emerge com a digitalização e a subsequente convergência dos meios de comunicação. Não se está tratando de uma exploração qualquer do espectro, que ainda é ocupado por faixas de errantes sinais analógicos projetados pelos transmissores de empresas de televisão<sup>59</sup>. Também deixou de ser referência única o antigo fluxo ponto-massa, que sempre caracterizou os principais meios de comunicação abertos do século XX. Tampouco se refere à produção de conteúdos, também sob a competência das emissoras, no formato tradicional compatível com os ultrapassados padrões técnicos dos aparelhos de raios catódicos. Agora se fala de um espectro que conduz sinais digitais, a partir dos quais tudo vira *bits*<sup>60</sup>, num processo que codifica e transmite não só áudio e vídeo, mas também dados, replicando um princípio tecnológico similar ao do computador e ao de aparelhos como telefones móveis e *tablets*. O primeiro grande fator remodelador da televisão aberta estaria no fato de que, com a TV digital, a transmissão de sinais com pulsos elétricos “precisos e eficientes”, diferentemente dos aparelhos de televisão “clássicos” que possui a maioria dos brasileiros (Squirra, 2009, p. 57).

Essa mudança elementar é a base da **TV digital**, um conceito<sup>61</sup> que tem sido construído nos

---

59 E também de sinais de outras centenas de serviços, mas o foco, aqui, é a radiodifusão de sons e imagens.

60 Um canal analógico de 6 MHz, quando digitalizado, oferece uma largura de banda de aproximadamente 20 Mbps (*megabits* por segundo). *Bit* é uma abreviação, em inglês, de *binary digit* (dígito binário), ou seja, um dígito que pode ter dois valores (0 ou 1) (Ferraz, 2009, p. 18).

61 Mais à frente vão ser descritas com mais especificidade as características básicas e adicionais do que se

últimos anos como a epifania de um **sujeito** histórico fetichizado chamado televisão, que as sociedades desconheciam, mas que agora emerge como um agente triunfante e redentor. Um sujeito que traz consigo um conjunto imensurável, porque contínuo e sem limites, de “grandes expectativas”<sup>62</sup>, “possibilidades”, “agregações de valor” de toda ordem, da tecnológica à social, da política à econômica. A TV digital já é, desde os anos 1990, considerada como uma força tecnológica e comercial irreversível por todas as potências da Europa, pelos Estados Unidos e pelo Japão, cujos Estados, em articulação com os respectivos capitais privados, formam os principais polos de poder transnacionais. Já era tempo, então, de o governo brasileiro e os radiodifusores nacionais manifestarem abertamente, diante de todo o mundo, seus projetos, suas finalidades e suas tendências de serviços e inovações tecnológicas, opondo à tradição analógica de audiovisual um novo sistema de televisão, com inéditos padrões e serviços, a exemplo do “t-comércio”, do “t-governo” e da telemedicina. Essas transformações multidimensionais estariam em curso não só na maior economia da América Latina, mas em todo o mundo.

Do rádio, surgiram os principais elementos que constituíram a televisão atual, que se desenvolveu e consolidou-se tendo como eixos uma programação generalista e uma difusão aberta, massiva e “gratuita”<sup>63</sup>. O lugar midiático, antes restrito à imprensa de Gutemberg, passou a ser ocupado pela gigantesca indústria moderna da televisão, cuja sustentação foi possível com a formação de uma classe média urbana – da indústria, do comércio e de profissionais liberais, cuja renda concentrada permitia a retroalimentação do mercado publicitário, pilastra central do modelo de negócios televisivo. Entremente, apesar de os principais países europeus terem optado, inicialmente, pelo monopólio do Estado na radiodifusão e pela consolidação de um robusto sistema público, no Brasil, sob inspiração estadunidense, os mercados se moveram para construir um sistema de comunicações com imensa preponderância do setor privado, ainda que estivesse sempre prevista a lógica do **interesse público** na letra formal das constituições e da legislação ordinária. O desenvolvimento das indústrias em torno da televisão – a própria radiodifusão, os fabricantes eletroeletrônicos e, depois, as operadoras de telecomunicações – deu novo impulso a comunicação, fazendo projetar-se diferentes modalidades de serviços, como a TV por assinatura (cabos e satélite)

---

convencionou chamar genericamente de “TV digital”.

62 O termo é, sem dúvidas, central para compreender de que forma se procedeu para conceituar a “TV digital” que chegava ao Brasil. Carlos Ferraz (2009, p. 18) lista, sequencialmente, “algumas das expectativas geradas com a digitalização da TV, ou seja, a melhoria radical da qualidade de imagem e som, com o advento da HDTV, e/ou a multiplicação e maior diversificação do conteúdo a partir da multiprogramação. [...] Também é grande a expectativa de mudança na relação usuário-TV [...]. Também é grande a expectativa em torno da chamada ‘TV móvel’”. Antes, ele avaliava que “todas essas implicações geram grandes expectativas por parte de toda a cadeia produtiva, bem como dos telespectadores, isto é, maiores receitas, maior interação com o público, melhor divertimento e mais fontes de informação”. Em resumo, “uma forte expectativa de mudança” (Ferraz, 2009, p. 15-16).

63 Qualidade que é objeto de constante problematização por autores como César Bolaño (2000), já que o telespectador é a medida basilar de valoração dos preços da publicidade e da propaganda que são vendidas aos anunciantes pelas emissoras a partir da relação de quantidade de audiência por tempo de atenção dedicada.

e, mais recentemente, a Internet (centro difusor de outras ofertas multimídia).

Agora, em verdade, uma onda revolucionária se alastraria pelo mundo da radiodifusão com tal intensidade que a televisão **tal como a conhecemos** está “com os dias contados”, prestes a ser varrida do mapa (Montez, Becker, 2005; Mota, Tome, 2005; Crocomo, 2007; Squirra, 2009; Becker, Zuffo, 2009; Almas, Joly, 2009). As inovações proporcionadas pela TV digital, consideradas contingentes mas inevitáveis, não se limitariam à digitalização da transmissão. A fruição da televisão, mesmo as emissoras públicas<sup>64</sup>, que nunca tiveram a devida atenção do Estado em vários governos, passaria por mudanças “estruturais” (Barbosa Filho; Castro, 2009, p. 69). Finalmente, “nesse cenário, os usuários passarão a ficar livres da ‘camisa de força’ da programação, que hoje obriga todos a permanecer sentados esperando a decisão do programador da rede” (Squirra, 2009, p. 50). Teria chegado o momento em que, enfim, a sociedade “toma a rédea” da televisão num processo que teria caráter irreversível, irrefutável, inexorável. Ruiria, então, definitivamente, a “mão única” da emissão que marca um “mundo de autoritarismo e unidirecionamento programático-televisivo”, em que “o poder migra para o indivíduo, para o consumidor, para o telespectador. E isso não é pouco: representa, de fato, o rompimento do modelo sólido de comando implantado, há várias décadas, e que garantiu nas mãos das emissoras o poder da programação [...]. E isso vai também mudar” (Squirra, 2009, p. 50 e 58-59). Mais do que uma simples tecnologia, a TV digital se transmutaria numa “arena pública virtual [...] onde se discutam políticas públicas sobre os mais variados temas de interesse da comunidade e, sobretudo, onde as pessoas consigam recuperar a dignidade e a autoestima” (Mota; Tome, 2005, p. 82).

A tendência – para alguns, ainda vaga e incerta; para outros, já dada e precisa –, é de que as transformações transcendam a própria televisão, tornando a “cultura”, de forma mais ampla, um produto da interação social, em que todos interferissem também na produção. No caso da TV, de acordo com Ronaldo Lemos (2005, p. 258-259), isso significaria substituir o *broadcasting* por uma comunicação de um para todos (ponto-massa) e de todos entre si (ponto-ponto, em rede), proporcionando “interatividade, descentralização e democratização simbólicas”. O problema central, ao qual pouco se dedicaram muitos dos que descrevem minuciosamente as miraculosas (e, pelo menos ainda, inexistentes) engenharias da TV digital, é que as ofertas não estão muito de acordo ou em resposta às demandas que sempre foram apresentadas ao governo e aos empresários por movimentos sociais e por telespectadores **desorganizados** politicamente. Ou seja, existe a questão bem anterior e sempre presente da requalificação do conteúdo, que pode ter sido (e ainda pode estar sendo) pouco considerada na análise das projeções da digitalização e da convergência, já

---

64 O caráter público seria reforçado ainda pelos serviços que o governo poderia oferecer a partir do “governo televisivo” (t-governo), que já estava adquirindo “fundamental importância” antes mesmo da definição do sistema de transmissão digital adotado no Brasil (Montez; Becker, 2005, p. 42).

que os grupos de entidades e os indivíduos em casa, quando descontentes com a televisão analógica e massiva, geralmente não exigiam resoluções políticas, e não de imagem: decisões regulatórias e econômicas que abrissem caminho para mais diversidade, pluralidade e participação. “O curioso é que [...] não me recordo de ter ouvido alguém reclamar do número de linhas da imagem”, ironiza Machado (2009, p. 225), que também afirma nunca haver visto grupos marchando em manifestações pela democratização da comunicação com cartazes exigindo “Queremos mais linhas!”, em referência à otimização das imagens proporcionada pelas emissões digitais.

Ainda assim, Lemos (2005, p. 264) avalia que centralizar os esforços de democratização dos *media* na “batalha malsucedida” pelo acesso aos canais de televisão e de rádio fazia mais sentido somente nas décadas de 1970 e 1980, quando, segundo ele, esses meios haviam atingido o apogeu. Depois desse período, desde os anos 1990, com a ampliação do uso civil comercial da Internet nas duas décadas seguintes e com a facilitação do acesso a equipamentos digitais (com destaque para os de registro audiovisual), “pela primeira vez na história os detentores de conteúdo começaram a vencer a disputa” (Lemos, 2005, p. 260), independentemente de haver meios para veiculá-los. Mesmo porque os fluxos de distribuição só estão seguramente garantidos, coincidentemente, para empresas e produtores que têm vínculos diretos ou indiretos com os agentes que também controlam as etapas de empacotamento e de emissão. Seguindo o raciocínio que aponta a realocação dos atores mercadológicos, a partir da consolidação dessa nova dinâmica de disputa no setor audiovisual, o acesso à infraestrutura “continua importante, mas é somente uma parte do processo. Já não é o fator crucial. Com a convergência tecnológica, o foco muda. A batalha desloca-se do plano físico para o plano simbólico. Do plano do acesso aos meios físicos para o plano do conteúdo” (Lemos, 2005, p. 265). Em parte, o autor tem razão em apontar a necessidade de dar mais relevância ao controle da produção de conteúdos, sobretudo quando se verifica que, no Brasil, a programação televisiva é concentrada nas chamadas “cabeças de rede” – Globo<sup>65</sup>, Record, SBT, Bandeirantes e Rede TV!. Essas redes, na prática, subvertem a Constituição Federal e a legislação da área ao manter uma série de afiliadas que, em que pese o fato de serem geradoras, na maior parte das respectivas grades retransmitem a programação verticalizada da emissora líder, confirmando o quadro de oligopólio que caracteriza o mercado de televisão do país. O que não se percebe nessa visada é que o parque

---

65 Somente para descrever os principais casos, a *Rede Globo* alcança atualmente 99,50% dos telespectadores potenciais, praticamente toda a população brasileira. Ostenta uma ramificação que conta com 122 emissoras, 117 delas afiliadas (vinculadas a 28 grupos regionais) (GLOBO. **Portal institucional**. Disponível em: <<http://glo.bo/tU34Xb>>. Acesso em: 28 fev. 2013). De acordo com o projeto *Donos da Mídia*, os produtos gerados pelos 69 veículos próprios do grupo carioca são distribuídos por um sistema que inclui outros 33 jornais, 52 rádios AM, 76 FMs, 11 OCs, 105 emissoras de TV, 27 revistas, 17 canais e 9 operadoras de TV por assinatura. Além disso, a penetração da rede de televisão é reforçada por um sistema de retransmissão que inclui 3305 RTVs. Concorrentes diretos pelo segundo lugar no mercado de televisão, a *Rede Record* é sustentada por 30 grupos afiliados, controlando direta ou indiretamente 142 veículos, enquanto o SBT possui relação com 195 veículos no Brasil, tendo 37 grupos afiliados. Já o grupo Bandeirantes mantém vínculos com 166 veículos, de 22 grupos afiliados (DONOS da Mídia. **As Redes de TV**. Disponível em: <<http://donosdamidia.com.br/redes>>. Acesso em: 28 fev. 2013).

tecnológico estruturado pelos maiores conglomerados de comunicação – aliado a um arcabouço legal permissivo e negligente e aos padrões estéticos estabelecidos – impõe fortes barreiras à entrada no setor, mesmo considerando apenas para produções independentes. É remota e ainda distante a possibilidade de que, um dia, a Internet seja, sozinha, capaz de atender às demandas de ONGs, coletivos, Pontos de Cultura e micro e pequenas empresas do setor que queiram distribuir conteúdos. Mesmo essa possibilidade não se estabeleceria sem problemas, já que o próprio Ronaldo Lemos (2005, p. 263) nos lembra de que “o direito autoral está se transformando, sobretudo, em ferramenta de entrincheiramento para salvaguardar **modelos de negócio obsoletos** e garantir que a Internet reproduza a estrutura do mercado de conteúdo e mídia tradicional” (grifo meu).

## 2.2 A transição da TV como agente das mudanças

Para que aconteçam tantas transformações, as “inúmeras vantagens” (Montez; Becker, 2005, p. 41) da TV digital mais recorrentemente apontadas pela maioria dos autores são (1) a alta definição de som e imagem, somente acessível para os televisores de LCD, plasma e LED; (2) a interatividade, para a qual é imprescindível a existência de um canal de retorno (de banda larga, para uma bom fluxo de dados); (3) a mobilidade e a portabilidade, que demandam adaptações técnicas complementares; e (4) a multiprogramação, que carece de regulamentação específica, além de exigir mais custos; e, por fim, (5) o acesso à Internet e a dispositivos de entretenimento como jogos. De forma transversal a esses ganhos, estaria a promoção de demandas históricas no campo da comunicação como a universalidade dos serviços, a regionalidade da produção de conteúdos e a inclusão digital (Barbosa Filho; Castro, 2005, p. 291). O fato é que, além do fim dos “chuviscos” e dos “fantasmas” que praticamente já faziam parte da paisagem imagética da maioria dos receptores analógicos, a digitalização da televisão traria inovações que refletem diretamente na disponibilização do conteúdo e na percepção do que é televisão por parte do telespectador. Mesmo porque computador e televisão, em complementaridade com outros aparatos digitais, iriam praticamente se fundir no uso cotidiano. Entre os efeitos desse processo, são citados “o redimensionamento do conhecimento tecnológico; a mudança fundamental na relação homem-máquina e, essencialmente, no processo da relação sujeito-sujeito; as múltiplas possibilidades de exibição ou veiculação, compartilhando com outras plataformas digitais conteúdos interativos [...]” (Barbosa Filho; Castro, 2009, p. 81). Tudo isso seria garantido e disponibilizado, de forma gratuita e aberta, diretamente pela TV digital acessada pelo mesmo aparelho televisor que está na sala de mais de 95%<sup>66</sup> das casas brasileiras.

---

66 Segundo dados da PNAD/IBGE 2011.

Mark Gawlinsk<sup>67</sup> (*apud* Almas; Joly, 2009, p. 91) prevê, por exemplo, que certamente “a televisão chegará lá”, secundando uma questão central: restaria saber, segundo ele, somente “se as redes de televisão deixarão de lado seu modelo tradicional de programação e farão produtos interativos que o atenda ou, ao contrário, elas se acomodarão, atrasadas e se escorregando para esse ambiente irrelevante”. Não são surpreendentes, portanto, as reincidentes adjetivações que são creditadas ao que virá (ou ao que **viria**) acoplado à implementação da TV digital. Esse conjunto de “envolventes recursos” resultaria em “impressionantes alterações”, com um “estonteante incremento de qualidade”, garantido por “novíssimos processos, estonteante velocidade [e] moderníssima sociedade” (Squirra, 2009, p. 57, 66 e 70). Sebastião Squirra (2009, p. 57) argumenta que todos os estratos sociais agora vão ter acesso a uma realidade que antes era exclusiva a quem viajassem ao exterior ou fosse um “abastado tecnófilo”. As expressões sobre as realizações vindouras alcançam o nível do pleonasmo redundante ao afirmar que “a TV digital pode possibilitar experiências” inéditas (Almas; Joly, 2009, p. 91). Ou, ainda, são indicadas inferências de toda sorte sobre como os telespectadores (agora “usuários”) poderiam conquistar com o uso das tecnologias digitais, já que eles estariam “cada vez mais participativos e interessados em interagir com a programação existente” (Barbosa Filho; Castro, 2009, p. 79). No limite de um “ambiente ideal”, em que se superariam todos os obstáculos que hoje dificultam o usufruto das tecnologias pela população, os conteúdos gerados por telespectadores poderiam vir a ser transmitidos pela televisão aberta (Almas; Joly, 2009, p. 95).

Também havia os que profetizavam, num prazo máximo de dez anos – ou seja, no ano de 2015, que já se vê logo à frente –, a existência de uma “nova televisão” que, já megainterativa e multifuncional, estaria “incorporada à rotina diária de todos” (Mota; Tome, 2005, p. 53). Numa interessante prosa descritiva e narrativa, Regina Mota e Takashi Tome idealizavam o cotidiano de uma comum família brasileira que já conseguia contornar limitações triviais próprias à audiência da televisão. Nessa casa, por exemplo, quando “diferentes canais transmitissem programas interessantes em horário coincidente”, não seria um problema, porque os conteúdos “podem ser facilmente gravados no receptor”. Essa novidade, o vídeo sob demanda, que já é acessível na TV paga e que seria bastante comum na TV aberta após a digitalização, permitiria que o telespectador, na oferta de determinado vídeo, somente assistisse a determinado programa “se quisesse e quando quisesse”, graças ao chamado *datacasting*<sup>68</sup> (Montez; Becker, 2005, p. 41). A partir disso, não se apresentava uma mudança qualquer. Na verdade, aquilo que já havia sido possibilitado desde os anos 1960 e 1970 com invenções como o Betamax e o VHS<sup>69</sup> (Machado, 2009) – otimizado com o

---

67 GAWLINSKI, Michael. **Interactive Television Production**. Oxford: Focal Press, 2003.

68 Transmissão de dados multiplexados com o sinal audiovisual.

69 Lembro-me que, quando a minha família teve o primeiro aparelho de videocassete, na exata metade dos anos 1990, o

advento do controle remoto – agora seria capaz de proporcionar “a transferência do poder de programação da emissora para o usuário, [o que] é apenas a ponta de um *iceberg*, o da mudança de **paradigma**” (Mota; Tome, 2005, p. 63-64, grifo meu). No caso do Brasil, a estimativa seria de que a TV digital alteraria os paradigmas dos cenários da cultura e do entretenimento, especialmente aqueles massivos, pois permitirá o deleite das novas e surpreendentes qualidades estéticas do veículo [...] (SQUIRRA, 2009, p. 64). Em outras palavras, de forma mais sintética, tal evolução resultaria num “novo *paradigma*<sup>70</sup> nos produtos comunicacionais desenvolvidos no país a partir de diferentes perspectivas: tecnológica, econômica, social e política” (Barbosa Filho; Castro, 2009, p. 81, grifo meu).

Mota e Tome (2005, p. 51) desenvolvem ainda um enfoque<sup>71</sup> centrado essencialmente na tecnologia em que visualizam a conformação de um triângulo hipotético com a TV e o rádio digitais – entendidos como uma mera digitalização –, formando os dois primeiros vértices, e um terceiro imaginado como “um novo conceito de comunicação de massa”. No primeiro, estariam localizadas as propostas de definição (*high definition* e *standard definition*) e os múltiplos canais, com os quais: “melhora-se o serviço, indubitavelmente, mas não lhe muda a essência”. No segundo, ocorreria o mesmo com o rádio digital, em sentido restrito, com a melhoria do áudio e a viabilização da transmissão de dados. Por último, o terceiro deveria ser composto por algo que eles definem como “nem rádio, nem televisão<sup>72</sup> nos moldes atuais”. Do que se trata, então? “Seria um sistema destinado a difundir conhecimento, qualquer que seja sua forma de manifestação: visual, auditiva, textual, iconográfica ou – por que não? – olfativa e tátil”, apostam, ampliando, inclusive sensorialmente, as perspectivas de fruição do que hoje *ainda* é televisão (Mota; Tome, 2005, p. 61-62). De forma similar a outros autores, eles também indicam que alguns atributos diferenciais desse “novo conceito” eram a interatividade, “plena liberdade de escolha” e “maior equilíbrio na relação

---

rudimentar equipamento (do modelo de “duas cabeças”, acoplado ao televisor) permitia que se programasse uma gravação para qualquer horário, mesmo que o televisor permanecesse no modo *stand by*. Naquela época, no Brasil mal existia mercado de TV por assinatura, que ainda demoraria a oferecer serviços em digital. Ainda assim, já no começo dos anos 2000, havia também os aparelhos de DVDs, que “são verdadeiras centrais multimídia” (Squirra, 2009, p. 54) e já eram bastante acessíveis economicamente (e tecnologicamente). Mais um elemento que dificulta a compreensão dos exageros verificados nas formulações sobre o ineditismo que seria a digitalização das transmissões de radiodifusão.

70 No campo das Ciências Sociais, o termo “paradigma” acabou sendo implicado em diversas significações, a maioria com abordagem reducionista. Nem Thomas Kuhn, que procurou sistematizar o conceito, conseguiu chegar a uma definição explícita e precisa do que representaria, de fato, um paradigma ou identificar de que formas se daria a superação ou a concomitância deles (Epstein, 2008). Intriga, então, que pesquisadores, na ânsia de qualificar enfaticamente os impactos de determinadas tecnologias – no caso, a TV digital –, estabeleçam que a implementação destas provocaria o surgimento de um “novo paradigma”, alterando substantivamente a arquitetura de poderes da comunicação.

71 Logo no início do artigo, eles apresentam um primeiro enfoque em que descrevem dois cenários relacionados à produção, e não à tecnologia: “um horizontal, em que se verifica uma tendência à homogeneização em nível internacional; outro, vertical, em que as condições sociais, políticas e econômicas de cada país específico ditam a evolução local” (Mota; Tome, 2005, p. 51). Apesar disso, os autores privilegiam mesmo a abordagem das tecnologias.

72 Na perspectiva do terceiro vértice, Mota e Tome (2005, p. 65-66) anteviam uma configuração em que os receptores de televisão seriam capazes de reproduzir tanto os programas da faixa larga (imagem, som e dados) quanto os de faixa estreita (somente som e dados), numa almejada fusão de TV e rádio digitais.

dialógica produtor-consumidor”, numa oferta de programação assíncrona (já possibilitada, parcialmente, pela TV por assinatura). Dessa forma, o telespectador deixaria de ser apenas consumidor e passaria a portar-se como um “agente ativo na produção e na disseminação”, transformando “usuários-consumidores” em “usuários-cidadãos” (Mota; Tome, 2005, p. 64).

A relação de passividade e de submissão das audiências com os meios de comunicação “de massa”, na verdade, é um tema há muito discutido na área das teorias da comunicação. Embora pareça superada devido à abordagem simplificadora e superficial, a octogenária Teoria Hipodérmica (ou teoria das “Balas Mágicas”), que pressupunha uma condição vulnerável e não-reativa dos telespectadores, acaba emergindo nos debates que se dão em torno das inovações tecnológicas. Talvez grande parte dos fundamentos dessa interpretação dos *media* já estivesse pacificada por formulações como as dos Estudos Culturais ou as da própria Economia Política da Comunicação, que problematizam a comunicação de massa sem, no entanto, tachar o grande público de passivo e inerte. Essas abordagens que classificam as audiências como passivas e vulneráveis sempre voltam à carga, mesmo quando o tema é tecnologia, e não conteúdo – embora ambos estejam intrinsecamente imbricados. Ashley Highfield<sup>73</sup> (*apud* Cirne; Fernandes; Pôrto, 2009, p. 88), por exemplo, prevê que, no contexto da televisão digital, “os tradicionais relacionamentos monológicos das radiodifusões para os telespectadores satisfeitos”. Mais “alvissareiro” ainda, lembra Squirra (2009, p. 50), é o fato de que finalmente vamos “libertar as pessoas” do ato de assistir qualquer programação televisiva em tempo real.

Além de desconsiderar completamente leituras menos lineares e automáticas da comunicação, vão-se por terra os esforços de anos de pesquisas empíricas e de formulações teóricas que contrariam frontalmente essa hipótese de que o telespectador não interage com a programação ou que as emissoras nunca pensaram em meios de consultar a audiência para a tomada de decisão sobre qualquer aspecto dos conteúdos televisivos. Criticado por diversos setores acadêmicos nas últimas sete décadas, esse pensamento funcionalista da **comunicação de massa** mostra-se bastante presente nos debates relacionados à TV digital, ainda que seja vocalizado de forma “positiva”, operando a legitimidade de uma necessária e quase outorgada interatividade, que seria um dos pilares desse novo mundo digitalizado.

[...] Com a viabilização da versão digital, de alta definição e interativa (que permitirá inúmeras vias para a participação individual no processo da comunicação), a televisão, como a conhecemos, tornar-se-á coisa de um passado longínquo e *démodé*, coisa de um tempo de passividade que não se justifica mais. Importante sublinhar que o modelo ainda vigente se caracteriza como aquele “única direção”, na relação da comunicação a partir da emissora para o receptor, sendo que a este só é permitido o direito de “consumir” o que é exposto, sem poder reagir à “emissão”, ao que lhe é apresentado. E isso vai mudar

---

73 HIGHFIELD, Ashley. TV's tipping point: what the digital revolution is only just beginning. **Press Office**, 7 oct. 2003. Disponível em: <http://paidcontent.org/stories/ashleyrts.shtml>. Acesso em: 29 dez. 2008.

radicalmente (Squirra, 2009, p. 58).

Desde que a Internet passou a ser um serviço ou um “insumo” mercadológico, no início dos anos 1990, os discursos que envolvem tecnologia têm sido direcionados, quase que teleologicamente, para o favorecimento do acesso à “rede mundial de computadores”. Com a TV digital, não é diferente. Com caráter fortemente “convergente”, a digitalização da televisão teria condições de transformar cada receptor em um computador ligado à Internet, e vice-versa. “Isso significa que a TV digital potencializa e poderá produzir a ampliação da inclusão digital”, bastando, para isso, numa consequência quase natural do “desenvolvimento tecnológico e [e da] universalização do acesso às redes de informação” (Mota, 2005, p. 201). Dessa forma, estaria praticamente garantida a onipotente interatividade, que poderia promover “uma transformação no caráter passivo do receptor/consumidor prefigurado no modelo da TV analógica” (Mota, 2005, p. 201). Todo esse debate sobre a relação do telespectador com a televisão levou muitos autores a considerar a necessidade de rever as terminologias utilizadas ao falar da condição de “atividade” das pessoas que fazem uso das mídias em tempos digitais. Autores como Vicente Gosciola<sup>74</sup> (2003 *apud* Barbosa Filho; Castro, 2005, p. 279) usam o termo “usuário”, o que, englobaria ações relacionadas com as obras das “novas mídias”. No entanto, André Barbosa Filho e Cosette Castro acreditam que esse termo é restrito, porque “não contempla capacidade criativa de possível produção de conteúdo dos diferentes grupos sociais, assim como a ampla produção e a troca de conhecimentos que pode ser gerada nesse processo”. À parte a observação objetiva de reformulação da fruição e das formas de utilização das mídias digitais, os antigos “telespectadores” merecem ser rebatizados com um conceito que lhes restabeleça o verdadeiro papel que passaram a cumprir frente às mídias.

No Brasil do começo do século XXI, pensamos em outras possibilidades, como internautas sociais/atores digitais/sujeitos digitais/navegador digital. Ou ainda usuários-cidadãos, como chamam Takashi Tome e Regina Mota para referir-se aos usuários de TV. Mas, ainda assim, consideramos o termo insuficiente. Por isso, sugerimos o uso da expressão *cidadãos digitais*. Ela inclui todos *aquel@s [sic]* que usam (ou vão utilizar) Internet, assim como *tod@s [sic]* que poderão vivenciar as novas mídias através da convergência digital, atuando não apenas como atores, mas também com autores (Barbosa Filho; Castro, 2005, p. 281, grifos dos autores).

Torna-se ainda mais interessante perceber as nuances desses discursos que fetichizam as tecnologias enquanto assujeitam as pessoas quando são amplamente conhecidos os procedimentos e os métodos pelos quais agências publicitárias, produtores televisivos e mesmo (marcadamente) políticos em campanha recorrem justamente a essa audiência “passiva” para aferir índices de audiências, analisar impactos de recepção ou estudar pesquisas de opinião para traçar que caminhos

---

74 GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para novas mídias digitais**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

vão seguir, respectivamente, na próxima ação de *marketing* de um produto, nos capítulos seguintes da novela do horário nobre ou nos dias finais de uma eleição. Tampouco seria a mobilidade econômica verificada na estrutura social ou os novos hábitos de consumo que se consolidam com as mudanças de composição das classes médias nacionais que incidiria de forma determinante na orientação dos conteúdos veiculados pelas emissoras. Isso porque, sem dúvidas, “sabe-se que, irrecusavelmente, estes recursos e potenciais tecnológicos alterarão todo o processo da produção de programas na televisão brasileira [...] (Squirra, 2009, p. 67). Afinal, por essa lógica, os telespectadores, hoje, potencialmente não encontrariam em identidades sociais, condicionantes históricos e em repertórios culturais filtros para a fruição televisiva ou mesmo superariam quaisquer ruídos na recepção das programações, mas, “no modelo de TV inteligente, tudo é possível aos telespectadores. Não só possível, facilitado, amigável, permitido; mas sobretudo estimulado” (Squirra, 2009, p. 70). Em resumo: a TV seria inteligente; o telespectador, não.

Alguns autores chegam até a indagar sobre o impacto que teriam todos esses ineditismos tecnológicos, questionando, por exemplo, se, de fato, a implementação da TV digital alcançará toda a população ou se o uso dessa tecnologia para consumir audiovisual e outros produtos alterará substancialmente a forma como as pessoas têm acesso à informação e ao entretenimento no país. As grandes maiorias sociais, sobretudo os trabalhadores assalariados da chamada “classe média baixa” e os que se situam abaixo da linha da pobreza, têm sido historicamente privadas do (ainda hoje) privilegiado uso das tecnologias, às quais normalmente só têm acesso após décadas, quando as inovações já se tornaram elementos triviais do cotidiano – e, mesmo assim, isso se dá de forma bastante assimétrica. Por isso, mesmo pesquisadores (e também alguns gestores públicos) mais crentes num certo redentorismo tecnológico tendem a preocupar-se com a “inclusão” dos segmentos sociais mais pobres a partir do acesso às TICs (Squirra, 2009; Montez, Becker, 2005; Almas, Joly, 2009), o que, na maioria dos casos, é creditado à prevista interatividade garantida pela TV digital. “É uma tecnologia que não pode ser desperdiçada diante do calamitoso quadro da exclusão social e, conseqüentemente, digital, na qual está mergulhada a sociedade brasileira”, alertam Montez e Becker (2005, p. 41-42). Isso se daria, em uma das frentes possíveis, com o provimento do acesso à Internet (pela televisão mesmo, sem exigências ou gastos a mais), que seria capaz de criar não somente novos telespectadores, mas também – “ou melhor”, qualificam – novos internautas, que estariam excluídos do mundo virtual pela falta de acesso à tecnologia se não fosse a TV digital.

Outra grande preocupação que sempre demandou analistas e pesquisadores é se os recursos da digitalização não seriam “pouco atrativos” para os segmentos mais pobres da população, que são justamente aqueles que, distantes das prioridades das políticas públicas voltadas para comunicação e cultura, são as que mais assistem à televisão aberta no períodos de ócio, absolutamente necessários para a reprodução simbólica no capitalismo. A chave para as respostas a esses

questionamentos estaria na cotidiana passagem do tempo, assim como ocorreu com as outras tecnologias (telefonia fixa e móvel, rádio, televisão analógica preto-e-branco e em cores etc.). Não há, portanto, motivos para acusações apressadas que se baseiam, por exemplo, no dessecamento do funcionamento dos mecanismos de poder a partir do surgimento, da implementação e da apropriação das tecnologias. A certeza que se mostra é a de que, ano a ano, serão resolvidos os problemas enfrentados pelas pessoas que tiverem dificuldades no acesso aos novos equipamentos e serviços, seja pelo alto custo de ambos, seja pela “**indisposição popular** para com a cultura da nova tecnologia que se concretiza” (Squirra, 2009, p. 53, grifo meu). Pode-se, complementarmente, recorrer a estudos que “confirmam a hipótese de que a idade avançada prejudica as pessoas no entendimento das novas tecnologias” (Obrist<sup>75</sup> *et al.*, 2007 *apud* Becker; Zuffo, 2009, p. 62), que generalizam um preconceito contra gerações inteiras como se a explicação para a não-universalização do uso das TICs estivesse efetivamente condicionada pelas faixas etárias da população. Por essa lógica, pessoas “indispostas” com novas linguagens ou adultos e anciãos “prejudicados” na compreensão do funcionamento dos inéditos aparatos estariam condenados a não usufruir de qualquer inovação tecnológica, hipótese esta que é facilmente negada pela história dos meios de comunicação de massa.

As inferências expectantes são erigidas, aparentemente, sem qualquer lastro empírico observável, prescindindo, ironicamente, de experiências dedicadas à interatividade (ou interação) com o distinto público de que tanto se fala e a que se destinam tamanhos benefícios para formular conclusões tão precisas sobre os benefícios apontados. Em nome de quem e de que forma se chega a esses “exercícios de futurologia” – como denomina Machado (2009, p. 223) –, não se sabe. Apesar disso, Ricardo Martins e Giovanni de Holanda (2005, p. 185) afirmam que as expectativas de uso e as estimativas de demanda pela TV digital “são obtidas com base em um exercício investigativo que se arvora nos serviços já existentes, adotados por experiências internacionais em andamento ou em fase de pré-operação, e em um cenário de evolução do perfil dos telespectadores brasileiros”. Eles apontam que há uma tendência, por parte dos consumidores de televisão, de participação nos processos de “aquisição” e “disseminação” de conteúdos, o que seria facilitado e potencializado pela TV digital.

No período anterior à TV digital, de acordo com essa lógica de pensamento, o quadro de marginalização tecnológica e de **controle unidirecional** do processo comunicativo da televisão devia-se a uma sociedade aprioristicamente passiva, ingênua e permeável, já que sequer são indicadas exceções de grupos sociais menos reféns da autoridade radiodifusora. Por um lado, de fato, é perceptível o redirecionamento dos hábitos de consumo televisivo no Brasil, onde a chamada

---

75 OBRIST, Marianna et al. Focusing on Elderly: An iTV Usability Evaluation Study with Eye-Tracking. In: CESAR, Pablo et al. (Eds.). **EuroITV 2007**, LNCS 4471, p. 66-75.

TV paga<sup>76</sup> tem crescido a uma taxa média acumulativa de quase 30%, ou seja, vem conquistando rapidamente um público que antes basicamente só tinha acesso à televisão aberta e, em parte, à Internet<sup>77</sup>. A utilização das conexões a partir dos domicílios ou da oferta de serviços de baixo custo relativo como as *lan houses*, sem muitas dúvidas, também requalifica a relação das audiências com a televisão. A população brasileira, mesmo nas periferias urbanas, já tem integrado as tecnologias digitais (via aparatos, e não somente a mediação *online*) ao processo de produção cultural, como destaca Ronaldo Lemos<sup>78</sup> (2005, p. 166). Apesar disso, a simples presença de mecanismos e ferramentas digitais não significa uma destinação diferente para esses conteúdos, que continuam carecendo de portas de saídas para distribuição, independentemente do modelo de negócios adotado<sup>79</sup>, já que esse custo passa a ser um diferencial determinante no nesse rearranjo da cadeia. O resultado dessa mudança de eixo “dependerá em grande parte da ação das entidades de regulação, sem a qual a vantagem seria dos operadores de telecomunicações, devido à sua maior capacidade financeira” (Bolaño; Brittos, 2007, p. 78). A exceção fica para casos pontuais, como alguns sucessos de canais em mídias sociais ou a reacomodação mercadológica de setores específicos, a exemplo da indústria fonográfica.

### 2.3 As mudanças vieram?

A questão que se discute é qual é a verdadeira dimensão dos impactos a partir dessa recente profusão de diferentes formas de comunicação que não são apenas audiovisual, mas “multimídia”,

---

76 Além da radiodifusão aberta, de acordo com a Resolução nº 272/2001 da Anatel, no Brasil são oferecidas quatro modalidades de TV por assinatura: por meios físicos confinados (Serviço de TV a Cabo – TVC), mediante utilização do espectro radioelétrico em micro-ondas (Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanal – MMDS) e na faixa de UHF (Serviço Especial de Televisão por Assinatura – TVA), e ainda por satélite (Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura Via Satélite – DTH). De acordo com dados consolidados da Anatel em janeiro de 2013, os serviços de TV por Assinatura são distribuídos para aproximadamente 53 milhões de brasileiros e estão presentes em mais de 27,6% dos domicílios do país. As modalidades cabo e DTH são preponderantes. Mais à frente, são apresentadas e analisadas outras estatísticas do setor.

77 De acordo com a pesquisa do *IBOPE Nielsen Online*, o total de usuários ativos em domicílios no Brasil foi de 41,5 milhões em junho de 2012, de um universo de 64,9 milhões de pessoas que moram em residências que têm acesso à Internet. Pelo menos 68 milhões de pessoas possuem acesso em casa ou no local de trabalho. Já o número de usuário no Brasil em qualquer ambiente (domicílio, trabalho, escolas, *lan houses* e outros locais) atingiu 82,4 milhões no primeiro trimestre de 2012. (BANDA larga: 16,8 milhões têm conexões acima de 2 Mbps. **Convergência Digital**, 30 jul. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/Q6G1eD>>. Acesso em: 1º mar. 2013).

78 Ronaldo Lemos cita, como exemplo, os estudos do sociólogo Hermano Vianna sobre as apropriações desses suportes no fenômeno do tecnobrega no Pará.

79 Um dos conceitos trabalhados por autores como Marcos Dantas (2011) é o de *walled garden* (“jardim murado”), a partir do qual se torna possível compreender, por meio de uma metáfora simples, de que forma se estabelecem controles sobre conteúdos (apropriação) e fluxos (abertura/fechamento) em espaços virtuais/online que, em tese, seriam catalizadores de articulações livres, a exemplo de redes sociais virtuais, aplicativos de telecomunicações, softwares proprietários, entre outros. Essa mesma compreensão vai servir como base para compreender as dinâmicas próprias de acontecimentos como os condicionamentos econômicos a que são submetidas as tecnologias, que não são nem nunca serão autômatas, e as formas como se orientam as políticas dos modelos regulatórios que, permissivos, negligentes ou ineficazes, dão margem à consolidação de uma tendência claramente monopólica dos mercados de comunicação em todo o mundo.

como normalmente se adjetiva a Internet. Segundo o IBGE, somente entre 2009 e 2011, houve um crescimento de 14,7% da parcela da população que tem acesso à conexão, o que significou um acréscimo de 9,9 milhões de pessoas. Os usuários da Internet correspondiam a 46,5% da população, representando uma elevação de 4,9 pontos percentuais em relação a 2009, chegando ao número de 77,7 milhões de pessoas<sup>80</sup>. No entanto, destas, de acordo com pesquisa do Comitê Gestor da Internet do Brasil (CGI.BR), apenas cerca de 50 milhões são usuários ativos<sup>81</sup> (com acesso nos três meses anteriores à pesquisa), e mais de 60% não têm computador nem acesso à Internet em casa. Segundo relatório divulgado pelo *Ibope Media*<sup>82</sup> em dezembro de 2012, o Brasil registrou 94,2 milhões de pessoas com acesso à Internet durante o terceiro trimestre do mesmo ano. De qualquer forma, é incontestável o crescimento em escala geométrica do número de internautas, com diferentes perfis. Entretanto, apesar do crescimento nos indicadores de posse e uso das TIC no Brasil, deve ser dada a devida atenção aos dados que acusam as agudas assimetrias que, como já dito, marcam o acesso às tecnologias: em 2011, 55% dos domicílios estavam sem computador, e 62% que não dispunham de Internet. Na área rural, 90%, dos domicílios não possuíam Internet, e no Nordeste essa proporção era de 79%, indicando que o país continua aprofundando as desigualdades no acesso a esses suportes e serviços. Embora também estejam presentes nos estudos que fazem uma ode à teleologia da tecnologia, essas informações não podem ser vistas apenas como um elemento a ser resolvido numa escala evolutiva de tempo, conferindo a esse processo certo ar de naturalidade. Sabe-se, contrariamente, que o passivo em áreas estratégicas como essa tem uma função normativa bastante necessária ao funcionamento das lógicas do modo de produção, operando os mecanismos apenas aparentes de “inclusão” e “exclusão”.

Em compensação, a televisão – entendida aqui apenas como o equipamento, podendo, portanto, ser também utilizada na modalidade paga –, embora seja considerada um meio com penetração praticamente saturada, também cresceu de forma intensa, com o alcance passando de

---

80 O número se refere às pessoas nessa faixa etária que declararam ter utilizado a Internet no período de referência dos últimos três meses anteriores à data da entrevista, na pesquisa realizada em 2011. Para a pesquisa, o IBGE considerou somente a utilização da Internet feita pela própria pessoa por meio de computador de mesa ou portátil (*laptop, notebook, palmtop, pocket pc, handheld*). Não foi abrangido, portanto, o acesso à Internet feito por outros meios (telefone móvel celular, televisão a cabo ou satélite, game console) ou quando a pessoa solicitou a outrem para fazer o acesso do seu interesse por não saber usar microcomputador ou a Internet (IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**: síntese de indicadores 2011. Rio de Janeiro, 2012a. ISBN 978-85-240-4254-6).

81 Ainda de acordo com a pesquisa do CGI.br, em 2011, o local mais citado para acesso à Internet continua sendo o domicílio (67%), quase duas vezes e meia maior do que o acesso em centros públicos de acesso pago (*lanhouses*), local citado por 28% dos usuários de Internet em 2011. O acesso domiciliar apresentou um crescimento de 20% em relação a 2010, e o uso nas *lanhouses* decresceu 18% nesse mesmo período, o que sugere a continuidade do processo de substituição de locais de acesso (NIC.br, 2012).

82 A pesquisa leva em conta pessoas maiores de 16 anos com acesso em qualquer ambiente (domicílios, trabalho, escolas, *lan houses* etc.), mais crianças e adolescentes de 2 a 15 anos de idade com acesso domiciliar. Esta é a primeira vez que essa faixa etária é incluída no relatório. Sem considerar esse público, o número seria de 85,3 milhões - crescimento de 2,4% apenas sobre os 83,4 milhões do trimestre anterior (AGUIARI, Vinícius. Brasil atinge 94,2 milhões de usuários de internet. **INFO Online**, 14 dez. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/VXd84D>>. Acesso em: 28 fev. 2013).

95,6% para 96,9%, num total nominal de 59,4 milhões de domicílios (acréscimo relativo de 6,1%). Contrariando mais ainda os mais fatalistas da TV analógica, o mercado publicitário e, conseqüentemente, as receitas das emissoras cresciam. Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD/IBGE) demonstravam que, somente de 2003 a 2004 – ou seja, no período imediatamente anterior à sentença dos autores –, a televisão convencional, analógica, ampliava a sua presença em 1,4 ponto percentual, o que representava, nominalmente, mais de quatro milhões de novos aparelhos<sup>83</sup> (**Tabela 1**). À época, os televisores de LCD e plasma tinham uma venda ainda incipiente no Brasil. Isso significa que os caminhos delineados para a superação do “paradigma” da televisão analógica ainda está um tanto distante, ainda que Ronaldo Lemos (2005, p. 267) exponha uma estratégia que seria “mais adequada ao país” devido ao caráter descentralizado: ao invés de investir nos mercados tradicionais (radiodifusão), “ocupar as novas mídias digitais de forma pulverizada, sistemática e intensa”. Faltaria somente combinar com as agências publicitárias e, em último termo, com os anunciantes.

<b>Tabela 1 – Domicílios brasileiros com rádio, TV, computador e Internet</b>								
<b>MEIO / ANO</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Rádio</b>	87,9%	88,0%	87,9%	88,0%	88,9%	87,9%	81,4%	83,4%
<b>Televisão</b>	87,2%	91,4%	93,0%	94,4%	95,1%	95,7%	95,1% <sup>1</sup>	96,9%
<b>Computador</b>	10,6%	18,6%	22,1%	26,5%	31,2%	34,7%	38,3%	42,9%
<b>Comp/Internet</b>	s.d.	13,7%	16,9%	20,0%	23,8%	27,4%	30,7% <sup>1</sup>	36,5%

**Fonte:** IBGE – Pesquisas Nacionais por Amostra de Domicílio (PNAD) 2001-2009, 2011; Censos 2000 e 2010).

**(1)** Os percentuais correspondem aos valores nominais de 54,486 milhões de domicílios, no caso da televisão, e de 17,615 milhões, em relação à posse de microcomputadores com acesso à Internet. O total de residências, de acordo com o Censo Demográfico de 2010, era de 57,320 milhões.

Enquanto os detentores dos capitais produtivo e financeiro não redimensionarem essa contenda de acordo com os vetores que de fato **valem**, ou seja, em termos econômicos, nenhuma batalha deve ter sucesso suficiente para gerar uma relevante ruptura com o modelo organizado pelos tradicionais empresários de radiodifusão. A expansão da Internet não tem significado, como acreditavam muitas projeções, a perda de faturamento por parte das **antigas** redes de televisão. Pelo contrário: dados do projeto Inter-meios<sup>84</sup> mostram que existe uma tendência de crescimento de faturamento publicitário em mídias como TV por assinatura e Internet em escala exponencialmente bem maior do que na televisão aberta, mas também deixam claro que a televisão comercial aberta

<sup>83</sup> De acordo com a PNAD de 2005, realizada pelo IBGE, a quantidade de domicílios com televisores passou de 44,249 milhões (90,0%), em 2003, para 48,477 milhões (91,4%), em 2004.

<sup>84</sup> O projeto, que é uma iniciativa conjunta do jornal especializado Meio & Mensagem e dos principais meios de comunicação para mapear o investimento publicitário no Brasil, fornece mensalmente o total nacional desses investimentos, distribuído por região e por tipo de mídia.

segue dominando as receitas publicitárias, inclusive com incrementos financeiros bem razoáveis, ainda que em menor ritmo relativo. Segundo levantamento feito junto aos faturamentos diretos e via agências, do valor total nominal estimado em R\$ 27,351 bilhões de investimentos publicitários realizados entre novembro de 2011 e novembro de 2012, a televisão sobressai com folgados 64,72%, seguida pelos meios jornal (11,26%) e revista (6,37%), que são, coincidentemente, as chamadas “velhas mídias”. Já a Internet representa a fatia de 5,04% do faturamento, concorrendo de forma mais aproximada com outro mercado em plena expansão, a TV por assinatura (4,41%). O meio rádio<sup>85</sup> é que, relativamente, tem ficado para trás em termos de interesse do mercado publicitário, alcançando a proporção de 3,92% do faturamento, porcentagem que é irrisória se comparada à relevância protagonista que já teve.

<b>Meio de comunicação</b>	<b>nov. 2011</b>	<b>nov. 2012</b>
Televisão	63,6%	64,4%
Jornal	10,8%	10,5%
Revista	7,7%	7,0%
Internet	5,3%	5,0%
TV por assinatura	4,6%	4,8%
Rádio	3,9%	4,0%
Mídia exterior	2,8%	3,1%
Guias e listas	1,0%	0,8%
Cinema	0,3%	0,6%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Inter-meios (nov. 2012).

**(1)** Os dados levam em conta os valores pagos direta ou indiretamente (via agência) às empresas de comunicação.

Além disso, como evidenciam os dados sobre a receita publicitária (**Tabela 2**), se forem considerados apenas os meses de novembro de 2011 e de 2012, para efeito de comparação, a Internet, na verdade, perdeu faturamento frente aos outros veículos, inclusive o rádio – reduziu a participação em 0,3 ponto percentual, o que significa um decréscimo horizontal de 6,5% ou, em valores nominais, R\$ 9,572 milhões. A televisão<sup>86</sup>, que já respondia por mais de 60% do faturamento de verbas publicitárias, foi no sentido contrário, percebendo um crescimento de 0,8 ponto percentual. Isso demonstra que a situação de ascendência da Internet na captação de recursos financeiros é instável, já que, diferentemente da televisão, ainda não existem penetração da

85 O rádio é seguido pela mídia exterior (3,01%), guias e listas (0,91%) e pelo cinema (0,35%)

86 No caso da TV paga, surgida no final dos anos 1960, existe ainda o faturamento proveniente dos assinantes, os principais mantenedores do modelo de negócios, não depende fundamentalmente das verbas publicitárias na concorrência com a televisão aberta.

tecnologia e audiência fidelizada que justifiquem o pagamento de valores altos. Assim a inserção de *banners* e *pop-ups* em sites e portais ou de *merchandising* em canais de vídeo e em perfis de mídias sociais, práticas que têm sido fontes de receita no modelo de negócios da Internet, tem um preço de tabela que não chega nem próximo a um simples comercial de 30 segundos em uma faixa de horário menos nobre da televisão aberta.

Na parte de produção de conteúdos, as emissoras também não investiram tanto na produção e na difusão de conteúdos digitais que trouxessem um diferencial em relação à programação anterior. Mesmo assim, quando fazem, na maior parte das vezes, utilizam apenas a alta definição, conforme já avaliava Arlindo Machado (2009, p. 223). Antes ainda, em 2005, quando sequer o sistema tecnológico havia sido determinado, o diretor do grupo RBS, Romero Vieira da Rosa, em entrevista publicada na pesquisa de Carlos Montez e Valdecir Becker (2005, p. 179), também expunha as limitações próprias do meio televisivo. A TV, pela própria dinâmica de demandar quase 24h de conteúdos inéditos todos os dias, dada a rápida obsolescência dos programas, exige que as produções sejam baratas e flexíveis, mas, ao mesmo tempo, com “qualidade”. “Se analisarmos hoje, os produtos da televisão brasileiros estão muito baixos, estão muito aquém do que o telespectador quer ver. Tem muita violência, muita produção barata. É muito caro fazer produção de qualidade”, avaliava Vieira da Rosa. O impasse permanece: a digitalização não pode dar-se somente no momento da transmissão. Mais do que isso, a TV digital, pelas conjecturas que foram feitas, deveria ser uma televisão com a resolução HD como pressuposto e, se possível, alguma inovação agregada para que as redes correspondessem, sob a visão do telespectador, mais do que uma mera motivação para a troca do aparelho ou para a compra do conversor, a própria justificativa da transição do analógico para o digital.

Não obstante essa exigência, em 2012, passada meia década do início das transmissões, de acordo com o Mídia Dados<sup>87</sup> (**Tabela 3**), a Globo, por exemplo, tem limitado as veiculações em HD aos programas que ocupam o horário nobre, que exibem filmes ou que são âncoras nos finais de semana. A emissora carioca não chega a abranger todos os telejornais ou mesmo todas as novelas da grade, apesar de estes produtos serem considerados “vitrine” da rede. Tampouco a oferta de alta definição progrediu entre 2011 e 2012, sinalizando o pequeno interesse em expandir a qualidade para programas mais convencionais, como os de auditório e os de humor. O SBT segue a lógica da emissora líder, inclusive na manutenção dos mesmos programas em alta definição entre os anos relatados, mas só consegue transmitir os filmes com essa qualidade eventualmente. Já a Record amplia essa seleção e inclui, no leque de programas transmitidos em HD, telejornais, programas de auditório, séries estrangeiras e até *reality shows*. Como mostra o comparativo, nos últimos dois

---

87 O anuário é uma publicação do Grupo de Mídia São Paulo. Na seção sobre as emissoras que operam em HD, os editores utilizam informações repassadas pelas próprias empresas.

anos, ao contrário das rivais, a emissora paulista ampliou ainda a quantidade de programas que são veiculados em alta definição. Já a Bandeirantes, nos dois anos, demonstra acentuado interesse em manter a maioria da grade em HD, sendo possível perceber que a substituição de atrações não levou à redução da parcela de programação veiculadas com essa qualidade de produção e transmissão. Por fim, sem qualquer especificação quanto à programação, a *Rede TV!* declara que toda a grade da emissora é em alta definição para todo o país. À parte a evolução de um ou outro caso entre 2012 e 2013, a sequência de conteúdos que o *broadcasting* distribui para o grande público brasileiro transparece uma qualidade parecida tanto do ponto de vista estético quanto do técnico. Os programas, em geral, são os mesmos, o que faz da grade uma imitação – muitas vezes piorada – daquela anterior, e até as interferências no sinal, como “chiados”, são relatados<sup>88</sup> por telespectadores.

<b>Tabela 3 – Programas transmitidos em alta definição (HD)</b>		
	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Globo</b>	Jogos de futebol, novela das 21h, <i>Profissão Repórter</i> , <i>A Grande Família</i> , <i>Som Brasil</i> , <i>Sessão da Tarde</i> , <i>Intercine</i> , <i>Tela Quente</i> , <i>Globo Repórter</i> (eventualmente), <i>Domingão do Faustão</i> , <i>Fantástico</i> , <i>Domingo Maior</i> e <i>Temperatura Máxima</i> .	Em 2012, não houve mudanças.
Record	<i>50 por 1</i> , <i>Balanço Geral</i> , <i>Domingo Espetacular</i> , <i>Fala Brasil</i> , <i>Hoje em Dia</i> , <i>Jornal da Record</i> , <i>Troca de Família</i> , <i>A Fazenda</i> , <i>Ídolos</i> , <i>Aprendiz</i> , <i>São Paulo no Ar</i> , <i>Série Especial</i> , <i>Série Premium 1, 2, 3 e 4</i> , <i>Todo Mundo Odeia o Cris</i> , <i>SP Record</i> , <i>Super Tela</i> e <i>Tudo a Ver</i> .	<i>50 por 1</i> , <i>Balanço Geral</i> , <i>Domingo Espetacular</i> , <i>Fala Brasil</i> , <i>Hoje em Dia</i> , <i>Jornal da Record</i> , <i>Troca de Família</i> , <i>A Fazenda</i> , <i>Ídolos</i> , <i>Aprendiz</i> , <i>São Paulo no Ar</i> , <i>Série Especial</i> , <i>Série Premium 1, 2, 3 e 4</i> , <i>Todo Mundo Odeia o Cris</i> , <i>SP Record</i> , <i>Super Tela</i> , <i>Tudo a Ver</i> , <i>SP no Ar</i> , <i>Novela Rebelde</i> , <i>Vidas em Jogo</i> , <i>CSI Las Vegas</i> , <i>Roberto Justus+</i> , <i>Rei Davi</i> , <i>CSI Miami</i> , <i>Dr. House</i> , <i>Monk</i> , <i>CSI Nova York</i> , <i>O Melhor do Brasil</i> , <i>Programa do Gugu</i> , <i>Domingo Espetacular</i> , <i>Amazônia</i> , <i>a Fazenda</i> , <i>Ídolos</i> , <i>Ídolos Kids</i> e <i>Máscaras</i> (novela).
<b>SBT</b>	<i>Domingo Legal</i> , <i>A Praça é Nossa</i> , <i>Super Nanny</i> , <i>Esquadrão da Moda</i> , <i>Novela</i> , <i>Séries</i> , <i>Aventura Selvagem</i> , <i>Uma Hora de Sucesso</i> , <i>Cantando no SBT</i> , <i>Topa ou Não topa</i> , <i>Raul Gil</i> , <i>De Frente com Gabi</i> , <i>Chuck</i> , <i>Miami Medical</i> , <i>V-Visitantes</i> , <i>Desaparecidos/ Without a Trace</i> , <i>Estética/ Np Tuck</i> , <i>O Mentalista/ The Mentalist</i> , <i>Arquivo Morto/Cold Case</i> , Programas Eventuais: <i>Cinema em Casa</i> , <i>Cine Espetacular</i> , <i>Tela de Sucesso</i> e <i>Cine Belas Artes</i> .	Em 2012, não houve mudanças.

88 Em Fortaleza, em um site dedicado a acompanhar as transmissões da TV digital na capital cearense, são comuns reclamações de grandes interferências, de som ruim e até de perda de sinal na recepção dos sinais das emissoras do estado que são afiliadas das principais redes nacionais, como a *TV Verdes Mares* (Globo) (**PORTAL HDTV Fortaleza**. Disponível em: <<http://www.portalhdtvfortaleza.com.br>>. Acesso em: 03 mar. 2013).

<b>Bandeirantes</b>	Futebol, <i>Primeiro Jornal</i> , <i>Dia a Dia</i> , <i>Band Kids</i> , <i>Jogo Aberto</i> , <i>Brasil Urgente</i> , <i>Jornal da Band</i> , <i>Jornal da Noite</i> , <i>CQC</i> , <i>V.I.P. – Segurança Especial</i> , <i>Show Business</i> , <i>Terceiro Tempo</i> , <i>A Liga</i> , <i>Jogo Aberto</i> , <i>Vídeo News</i> , <i>Top Cine</i> , <i>Futurama</i> , <i>NCIS</i> , <i>A Noite é uma Criança</i> , <i>É Tudo Improviso</i> , <i>Família Moderna</i> , <i>Bernie Mac: um tio da pesada</i> , <i>O Mundo segundo os Brasileiros</i> , <i>Bones</i> , <i>Pré-Jogo</i> , <i>O Melhor da Liga</i> , <i>Liga dos Campeões Uefa</i> , <i>Gol - O Grande Momento do Futebol</i> , <i>Polícia 24h</i> , <i>Acredite se Quiser</i> , <i>Família Soprano</i> , <i>Sessão Livre</i> , <i>Que Dureza!</i> , <i>Sábado no Cinema</i> , <i>Band Clássicos</i> , <i>Domingo no Cinema e Canal Livre</i> .	Futebol, <i>Primeiro Jornal</i> , <i>Dia a Dia</i> , <i>Band Kids</i> , <i>Jogo Aberto</i> , <i>Brasil Urgente</i> , <i>Jornal da Band</i> , <i>Jornal da Noite</i> , <i>CQC</i> , <i>V.I.P. – Segurança Especial</i> , <i>Show Business</i> , <i>Terceiro Tempo</i> , <i>Power Rangers</i> , <i>Os Donos da Bola</i> , <i>Kenan &amp; Kel</i> , <i>Big Time Rush</i> , <i>Muito+</i> , <i>Momento da Sorte</i> , <i>24 Horas</i> , <i>Vídeo News</i> , <i>Claquete</i> , <i>A Liga</i> , <i>Sessão Livre</i> , <i>Agora é Tarde</i> , <i>Pânico na Band</i> , <i>Quem Fica em Pé?</i> , <i>Conversa de Gente Grande</i> , <i>Polícia 24h</i> , <i>Canal Livre</i> , <i>Gol – O Grande Momento do Futebol</i> , <i>TopCine</i> , <i>Magazine Uefa</i> , <i>Sessão Especial</i> , <i>Cinema na Madrugada</i> , <i>Band Clássicos</i> , <i>Bones</i> , <i>Prison Break</i> , <i>Liga dos Campeões Uefa</i> , <i>O Melhor da Liga</i> , <i>Pré-Jogo</i> , <i>Futebol 2012 e Eventos/ Reality</i> .
<b>Rede TV!</b>	Projeto “HD Sat” com transmissão 100% digital para todo o país.	O mesmo.

Fonte: Mídia Dados 2011 e 2012 (Grupo de Mídia São Paulo).

Uma das conclusões que derivam do diagnóstico acima é que sequer a tão celebrada alta definição confirmou-se na realidade cotidiana dos brasileiros. Adiciona-se o fato que a qualidade HD somente é acessível aos domicílios que possuem televisores de LCD ou de plasma. De nada adianta o conversor de analógico para digital se a projeção das imagens vai dar-se em aparelhos de tubo, que não tem capacidade de mostrar as imagens em alta definição. Esse é um elemento que permite questionar por que, então, a TV digital é tão promovida pelo governo e também pelas emissoras, ainda que se considere uma propaganda enganosa. Ainda que, de outra forma, essa mesma história também aconteceu nos Estados Unidos, no meio da transição. Além da obsolescência ocorrida devido ao avanço da tecnologia de aparelhos de TV, de conversores e de decodificadores, o problema mais sério aconteceu entre 2005 e 2006, quando o mercado mudou as transmissões de SD para HD, processo que foi motivado, em grande parte, pela necessidade de venda de novos televisores (Starks, 2012, p. 59). Se lá, onde a TV aberta tem influência bastante reduzida devido à envergadura da TV paga, houve essa controvérsia em torno da renovação dos equipamentos, as apostas dos resultados que poderiam ser conseguidos no Brasil eram imensamente maiores. Por isso, as demandas criadas pela indústria eletroeletrônica são centrais para compreender a pressa em induzir a população a assumir a digitalização e a convergência midiáticas como um acontecimento irreversível. Em 2010, uma ilustrativa estimativa abria uma reportagem especial da Revista da SET<sup>89</sup>: “os 191 milhões de habitantes irão gastar nos próximos anos 100 bilhões de dólares na troca de televisores analógicos por digitais”. É primária, objetiva e direta a incidência

89 Esta edição da Revista da SET foi um número especial dedicado à expansão do sistema ISDB-Tb (FURTADO, José Maria. Indústria de Receptores: vendas crescem em velocidade estonteante. **Revista da SET**, ano 21, ed. esp. n. 03, mar. 2010, p. 16-17).

desses empresários na ampla promoção e na rápida efetivação de uma transição tecnológica que, antes de ensejar qualquer vantagem real para a grande maioria da população e até para os empresários da radiodifusão, provenha-lhes um – este, sim – certo “dividendo digital”.

Num segmento industrial que se anunciava totalmente estrangulado com a chegada ao teto da penetração do veículo no país, a TV digital foi construída como uma solução comercial perfeita. Ela alia a obsolescência programada, que torna o útil supérfluo e o aparente, necessário, com o desejante discurso da “sociedade do conhecimento”, que teria na tecnologia um código imprescindível para acessá-la. Portanto, a manutenção do mercado de TVs é sustentada por uma dupla migração: do analógico para o digital, mas também das telas “de tubo” para as telas “finas”. O resultado disso se expressa nos levantamentos da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) e da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros). Mesmo com o alto grau de presença da TV nos lares brasileiros e com a conjuntura de menor crescimento do PIB, a comercialização de televisores não aumenta. Em termos gerais, contabilizando todos os tipos de aparelhos, entre janeiro e novembro de 2012, foram vendidas 225.867 unidades a mais do que no mesmo período de 2011, o que representa uma evolução positiva de 1,74% (**Tabela 4**). Quanto à proporção de vendas entre a tecnologia tradicional e os *displays* de LCD/plasma, de janeiro a novembro de 2011, os aparelhos de CRT (tubos de raios catódicos na sigla<sup>90</sup> em inglês) representavam 22,2% do total vendido de todos os televisores. Em apenas três anos, de 2009 a 2012, a venda de aparelhos de CRT passou de mais de 50% para menos de 9% de todas as TVs vendidas. Quando a comparação se dá pelo faturamento, a distância entre as cifras acentua a já profunda diferença entre a produção dos principais tipos de televisor. De acordo com os últimos dados consolidados, referentes ao período de janeiro a novembro de 2011, a soma das vendas de LCD (US\$ 6.270.314.086) e de plasma (US\$ 465.781.554) supera em mais de vinte vezes o valor obtido pela comercialização de CRT (US\$ 344.797.497).

<b>Tabela 4 – Produção de aparelhos de televisão na Zona Franca de Manaus</b>				
<b>Display</b>	<b>Jan./nov. 2009</b>	<b>Jan./nov. 2010</b>	<b>Jan./nov. 2011</b>	<b>Jan./nov. 2012</b>
<b>LCD</b>	3.476.005 (42,02%)	7.533.209 (66,22%)	10.159.605 (77,80%)	11.758.072 (88,19%)
<b>Plasma</b>	287.272 (3,47%)	401.099 (3,52%)	381.621 (2,92%)	409.635 (3,07%)
<b>CRT</b>	4.510.043 (54,51%)	3.443.428 (30,26%)	2.517.538 (19,28%)	1.164.913 (8,74%)
<b>TOTAL</b>	8.273.320 (100%)	11.377.736 (100%)	13.058.764 (100%)	13.332.620 (100%)

**Fonte:** Elaboração própria com base em dados da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) e da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros).

Apesar de grande parte dessas questões ter sido exposta ainda àquela época – ou mesmo

---

90 *Cathodic Ray Tube*.

antes –, o mantra tecnocêntrico sobressai mesmo entre pesquisadores que lidam direta e cotidianamente com as questões que emergem em torno das indústrias mobilizadas pela televisão. “A TV analógica esgotou suas possibilidades de melhoramento tecnológico; não há como expandi-la ou melhorá-la para atender às demandas que surgiram com a Era do Conhecimento”, já vaticinavam Montez e Becker (2005, p. 41) num período em que a Rede Record<sup>91</sup>, em sustentada ascendência<sup>92</sup>, buscava firmar-se no posto de vice-líder de audiência no *share* televisivo brasileiro (Brittos, 2009), que, igualmente, mantinha-se em crescimento. Em dez anos, o faturamento da TV aberta mais do que triplicou, passando de R\$ 5,65 bilhões, em 2002, a R\$ 18,01 bilhões, em 2012, num período de intenso crescimento da Internet e da TV paga<sup>93</sup>. Os encaminhamentos que se têm dado às transições do analógico ao digital nos países, ao serem analisados por correntes mais críticas ao determinismo tecnológico, também depõem contra construções argumentativas majoritariamente mecanicistas dos “tecnologistas”, como Enrique Bustamante (2012) denomina pesquisadores e outros atores que veem poderes ilimitados na evolução tecnológica da TV. Esse grupo insiste em afirmar que a televisão “*as we know*” tem se deteriorado em benefício de um audiovisual absolutamente individual, interativo e, inclusive, autorrealizado pelos usuários. “Mas a realidade é teimosa e demonstra isso em dados empíricos: a audiência média da televisão aberta no modelo clássico, ponto-massa, não deixou de crescer praticamente em nenhum ponto do mundo” (Bustamante, 2012, p. 17). Mesmo quanto aos termos limitados de melhoria de som e imagem, o básico da digitalização, as emissoras têm respondido com lentidão ao processo de transição<sup>94</sup>. Adicionalmente, algumas emissoras possuem arquivos audiovisuais consideráveis, que podem ser explorados em canais digitais; outras têm uma reputação na qualidade ou um nome forte (Leurdijk, 2007 *apud* Becker; Zuffo, 2009, p. 60).

A dialética ensina que todos os vieses de um processo devem ser observados para a compreensão global, sob pena de creditar valores exagerados a excertos da realidade. Isso demanda verificar se, mesmo com receitas e lucros em estável evolução, as empresas de radiodifusão mostram-se sustentáveis a médio e longo prazos. Notícias de crise nas principais redes de televisão do Brasil e do mundo têm sido recorrentes, o que tampouco implica a fragilidade sistêmica do setor, como apontam os defensores da TV digital interativa e em alta definição ou da Internet como

---

91 A Rede Record, controlada pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), representa bem as perspectivas de crescimento que ainda se abrem para a TV comercial aberta no Brasil. E também é útil para que se vá além do case de sucesso da Rede Globo, cuja invencibilidade já tem sido posta à prova várias vezes nos últimos anos.

92 “Para se ter uma ideia, em 2004 tivemos o faturamento de R\$ 500 milhões, 50% a mais que ano anterior. Em 2005, crescemos 40% sobre os R\$ 500 milhões, que dá R\$ 700 milhões. No próximo ano, quando teremos lançamentos na grade, queremos crescer 35%, em relação há 2005, ou seja, R\$ 945 milhões”, afirmava, no final de 2005, Walter Zagari, superintendente comercial da emissora paulista (TAKANO, Andréia. *Record* fecha o ano com faturamento de R\$ 700 milhões. **Portal Terra**, 18 nov. 2005. Disponível em: <<http://bit.ly/Y9pdDH>>. Acesso em: 26 fev. 2013).

93 MANZANO, Rodrigo. Mercado cresce 8,5% e TV tem share recorde. **Meio & Mensagem**, 08 mar. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/XUqlXm>>. Acesso em: 27 fev. 2013.

94 Como será abordado de forma mais detida a seguir.

substitutas do *broadcasting*. Esse pode ser apenas mais um movimento do mercado que fortalece a tendência monopólica na atual fase capitalista, da qual a área das comunicações não escapa. Na tentativa de enfrentar a pressão inflacionária e o aumento de custos fixos, aquisições e fusões têm ocorrido com mais intensidade na área das comunicações desde a segunda metade dos anos 1980, “com ingresso de novos capitais, transferências acionárias, alianças, acordos e associações em geral” (Bolaño; Brittos, 2007, p. 30). A partir da concorrência com as plataformas multimídia e com a oferta de serviços em combos nos anos 1990 e 2000, torna-se ainda mais impositiva uma readequação do funcionamento das empresas de radiodifusão. Nesse sentido, o fato de haver demissões de profissionais mais bem remunerados do *star system*, cortes de investimentos ou rebaixamento na qualidade da programação para contornar dificuldades nas finanças de uma ou de outra emissora<sup>95</sup> está longe de indicar o estado terminal da televisão tradicional como um todo. Pode representar apenas mais uma reacomodação do mercado, com a provável compra da empresa por investidores de outros setores da economia<sup>96</sup> ou por empresários da radiodifusão, aprofundando a concentração que caracteriza a propriedade de rádio e televisão no Brasil.

---

95 Como tem ocorrido com a Rede TV! e com a Record, especialmente entre 2011 e 2013.

96 O magnata Eike Batista, megaempresário que explora diversos ativos, já especulou a possibilidade de comprar a RedeTV!, que enfrenta uma crise “herdada”, na verdade, com a aquisição da antiga Rede *Manchete* (EIKE Batista pode ter Rupert Murdoch como sócio no SBT, diz Veja. **Comunique-se**, 01 out. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/PO1tDI>>. Acesso em: 03 out. 2012).

### **3 Cambios, sí, pero no mucho: mesmo com o “digital”, o *broadcasting* resiste**

A construção idealizada em torno da digitalização da televisão, no Brasil, ainda que tenha ocorrido com relativo atraso se comparado à Europa e aos Estados Unidos, deu-se em consonância com as apostas transformadoras que foram feitas em nível mundial. Em países europeus, como França e Espanha, e latino-americanos, a exemplo de Brasil e México, não foram poucas as promessas delineadas em prolongadas cartas de intenções por governos. Nada aconteceu por inércia de ações ou por incompetência gerencial dos governos ou ainda pela fatal imutabilidade dos mercados de radiodifusão locais, como se inexistissem interesses reativos, contrários às mudanças **possíveis** com a TV digital. Pelo contrário: as questões envolvidas no tabuleiro da digitalização da televisão expõem interesses do Estado, das empresas de radiodifusão, das operadoras de telecomunicações e da indústria eletrônica de consumo – para ficar nos setores com objetivos mais diretos –, mas, se muito, apenas tangenciam o atendimento a demandas da ampla maioria social. O discurso dominante faz uma apologia entusiasmada às tecnologias com abordagem determinista, mas “as corporações tomam a dianteira e, sem esperar pelos lineamentos das políticas públicas, oferecem serviços que dão como resultado uma mudança substantiva da vida cotidiana dos indivíduos” (Miguel, 2009, p. 47). Também não é exclusividade brasileira a frustração com as potencialidades da TV digital. Luís Albornoz e María García Leiva (2012a, p. 35 e 40) confirmam as esperanças lançadas pela digitalização, mas os dois chegam à conclusão de que, pelas experiências havidas na Europa, fica claro que “fatores preexistentes condicionam a TV digital”. Isso implica reconhecer que a “era digital” não funda outra lógica que regula e normatiza as comunicações, mas mantém e até fortalece as arquiteturas institucionais (políticas, econômicas e até jurídicas) dos países envolvidas pelas indústrias do setor.

Tanto que, como pano de fundo dos discursos, também se identificam registros de que a radiodifusão, embora tenha histórias profundamente diferentes em cada país, é condicionada por uma intersecção de fatores nesse período de transição tecnológica. “Coquetéis” de questões comuns atravessam a maioria dos contextos da implementação da TV digital, como a pouca relevância do marcos regulatórios, a desconsideração das posições da população<sup>97</sup> e o peso dos *lobbies* televisivos (Bustamante, 2012, p. 19). Na América Latina, a transformação do audiovisual também traz um perfil compartilhado que é composto por uma forte desregulação (ou “re-regulação”), transnacionalização e concentração dos mercados (Badillo; Marengi, 2011, p. 06). Enrique Bustamante (2012, p. 18) verifica uma “curiosa unanimidade” nas razões alegadas pelos discursos governamentais para justificar os prazos impostos, as transições apressadas e o papel estatal em

---

97 Segundo ele, um símbolo de partidos “não necessariamente coerentes”. Ele não faz referência direta, mas se pode inferir que os casos da própria Espanha, com o socialista José Luis Zapatero, e da França, com François Mitterrand.

casa um dos pontos da transição. Os atos (sejam leis, decretos ou portarias) trazem uma série de justificativas e objetivos bem delineados, o que também ocorreu no caso brasileiro<sup>98</sup>. É, em suma, uma tecnologia “em campanha” com a chancela do Estado e o financiamento privado, como também acontece com as eleições convencionais. Nessa etapa de convencimento, propostas bem similares rechearam documentos oficiais acerca da TV digital, embora não necessariamente cumpridas pelos governos: diversidade no audiovisual, pluralidade de vozes, benefícios para a cultura nacional, a universalização do acesso à “sociedade da informação” e oferta de serviços interativos são alguns dos itens bastante reincidentes. “Paire, sobre todas essas argumentações, uma marca permanente de modernidade, de grande façanha tecnológica que impregnaria o país, somente pela sua conquista, de uma ‘nova fronteira’ de inovação”, indica Bustamante (2012, p. 18). A centralidade da tecnologia, eixo transversal também presente nas alegações, busca diluir as implicações que realmente importam para os principais agentes econômicos, seja a revalorização do *broadcasting* pelos radiodifusores, seja a conquista de mais e melhores faixas de frequências pelas operadoras de telecomunicações. A análise de casos específicos da América Latina permite dizer, ainda, que a adoção dos sistemas de televisão digital terrestre é “um processo econômico-político, ainda que permanentemente se disfarce de tecnológico” (Badillo; Marengi, 2011, p. 17).

No histórico da constituição dos *media* latino-americanos, mantém-se o peso engessado de um modelo comercial cuja sustentação não sofre abalos mais fortes apesar de todas as dinâmicas que os diferentes setores vêm experimentando em nível mundial. As heranças do *modus operandi* que resultou no cenário encontrado hoje na maioria dos países do continente são bem mais do que vestígios. As estruturas de mercado constituem uma “aproximação analítica no panorama infocomunicacional” que pode ser bem visualizada em eixos como acesso, estrutura e concentração. Na heterogeneidade da região, as empresas que disputam os mercados das comunicações inserem-se e estabelecem-se em “cenários regulamentares confusos e, em muitos casos, obsoletos” (Becerra; Mastrini, 2008, p. 28). Os maiores grupos apontados como responsáveis pelos processos de concentração horizontal, vertical e conglomeral são Telefónica (Espanha), Telmex (México), Televisa (México), Globo (Brasil), Cisneros (Venezuela) e Clarín (Argentina). Ao tempo que as empresas de radiodifusão perdem terreno para as telecomunicações na comparação de faturamento bruto, implicando também perdas de divisas para os países, os grupos de comunicação nacionais, com exceção da Argentina<sup>99</sup>, procuram manter a influência política junto ao governo e à sociedade pela radiodifusão aberta, enquanto simultaneamente exploram o mercado de TV paga, no qual

---

98 Em 2003, o então ministro das Comunicações, Miro Teixeira, baixou o Decreto nº 4.901/03, que foi apresentado ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva por uma “Exposição de Motivos” para a constituição do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD). O mesmo ocorreu com o Decreto nº 5.820/06, que adotou, como base, o ISDB-T, “incorporando as inovações tecnológicas aprovadas pelo Comitê de Desenvolvimento”, previsto no decreto anterior.

99 Onde a TV paga (por cabo) tem penetração em cerca de 80% dos domicílios (Becerra, Mastrini, 2008), com supremacia do grupo Clarín.

controlam diversas etapas da cadeia (produção, programação, empacotamento e distribuição). Por isso, na Argentina, o grupo Clarín, que privilegia a televisão a cabo, reagiu fortemente à revisão da legislação da radiodifusão promovida pela *Ley de Medios* em 2009. No Brasil, a Globo e outras empresas também não vacilam em atacar frontalmente qualquer tentativa no mesmo sentido, ainda que seja restrita ao setor de TV por assinatura, como ocorreu na tramitação do projeto que deu origem à Lei nº 12.485/11<sup>100</sup>.

Há, ainda, o aspecto político conjuntural, composto pela instalação de governos com matizes mais à esquerda, o que deixa, em parte, a estrutura estatal do Executivo e do Legislativo comparativamente mais permeável às demandas sociais do que em épocas anteriores. Martín Becerra e Guillermo Mastrini (2008, p. 27) prospectavam, em 2008, que a mudança de rota das administrações nos países poderia marcar a irrupção de estratégias de regulação estatal que colocariam “a evidência sobre a concentração de propriedade nas indústrias infocomunicacionais como um dos eixos de controvérsias”. Luis A. Albornoz e Maria García Leiva (2012b, p. 275) avaliam que os governos da Argentina, Brasil, Bolívia, Equador, Venezuela e Uruguai se caracterizam por “desenvolver ativas políticas no campo da comunicação tendentes a reorganizar os meios estatais e apoiar os comunitários e alternativos”. Esse entendimento pode aplicar-se aos casos da Argentina, com a *Ley de Medios* (2009); da Bolívia, cuja Nova Constituição Política do Estado (também de 2009), aprovada no governo de Evo Morales (2006-) prevê o direito à comunicação como fundamental e veda a existência de oligopólio ou monopólio; do Equador, onde o presidente Rafael Correa (2007-) deu início a um processo de revisão do marco regulatório das comunicações; da Venezuela, que foi reconfigurada em diversos setores nos dois governos de Hugo Chávez (1999-2012), o que inclui a radiodifusão, inclusive com revisão e cassação de concessões de TV; e, finalmente, do Uruguai, no qual o presidente José Mugica (2011-), independentemente do mérito do sistema japonês, não só reviu a anterior decisão pelo DVB-T, mas também tem impulsionado interessantes debates sobre a comunicação no país. O problema é adicionar o Brasil<sup>101</sup> sob o comando de Luiz Inácio Lula da Silva e, agora, de Dilma Rousseff no mesmo campo dos chamados “governos progressistas” da América Latina – pelo menos em termos de comunicações, levando-se em contra as posições dos governos petistas na área.

Na Argentina, o subterfúgio de utilizar o sujeito “tecnologia” como responsável pelas definições fica bastante evidente, tamanhas foram as mudanças de rumo na política de TV digital no curto período de dez anos, a partir de 1999. Sob os dois governos de Carlos Menem (1991-1999), o país caminhava celeremente para adotar o sistema estadunidense ATSC, seguindo as lógicas mais

---

100 A nova legislação unificou a regulamentação das modalidades de cabo, DTH e de MMDS que antes eram regulamentadas por diferentes normas e passou a denominar a TV por assinatura de “Serviço por Acesso Condicionado (SeAC)”.

101 Como se aborda, nesta pesquisa, na seção dedicada à análise de conjuntura da implementação do SBTVD.

abrangentes de colaboração político-econômica entre ambos<sup>102</sup>. No final daquela década, após resolução presidencial baixada em 1998 que apenas confirmou o que já se prenunciava, o Canal 13, emissora do mais tradicional e influente grupo de comunicação do país (Clarín) chegou até a fazer transmissões em fase de testes com essa norma de TV digital. Entretanto, a crise econômica de 2000 e uma sequenciada mudança de presidentes acabaram reorientando o entendimento do governo quanto a essa decisão. A presidência de Fernando de la Rúa entendeu que a definição anterior havia acontecido “sob fundamentos incorretos, com testes inexistentes, sem qualquer coordenação com o Brasil e com base em considerações falsas sobre a norma europeia DVB. Portanto, deveria ser revisada” (Krakowiak; Mastrini; Becerra, 2012, p. 199). Com todo o debate suspenso, foi somente no governo de Néstor Kirchner (2003-2007) que se voltou a tratar da transição para o digital, já em meio a um diferente contexto geopolítico, após a eleição de Luiz Inácio Lula da Silva no Brasil. Nessa retomada, o governo voltou a privilegiar, como interlocutores, os radiodifusores comerciais.

A cronologia de fatos da TV digital argentina é a expressão de pelo menos três processos que se integram: a tentativa de equilibrar as relações com os setores de radiodifusão e de telecomunicações<sup>103</sup>, a aproximação com os países “progressistas” do continente e o isolamento, pelo governo, de qualquer participação relevante da sociedade civil, que não teve assento nos fóruns montados para tratar do tema. Após diversos gestos nas relações internacionais entre Brasil e Argentina, sob o guarda-chuva do Mercosul, a decisão da presidenta Cristina Fernández Kirchner foi oficializada em setembro de 2009, com a publicação do Decreto nº 1148/09, que apresenta os objetivos<sup>104</sup> do Sistema Argentino de Televisão Digital Terrestre (SATDT<sup>105</sup>). Assim, a resolução final tomada pelo governo expôs, tacitamente, que as diferenças tecnológicas não são nem nunca foram determinantes para a escolha do sistema de TV digital e estabeleceu como requisitos pautas econômicas – investimentos no país, geração de empregos, transferência de tecnologia e pagamento de *royalties* – e geopolíticas, numa aliança estratégica com o Brasil que vai além da TV digital. Mantendo a tônica da maioria dos países, os governos do país tiveram um papel pouco transparente

---

102 Essa relação, que significava mais uma dependência argentina do que uma relação bilateral, chegou ao auge no final dos anos 1990, quando, com o estrangulamento da economia do sul-americano, originou-se uma crise aguda que impôs um freio geral a processos de inovação e de investimento, o que incluiu a TV digital.

103 Nessa lida diplomática com as empresas dominantes do mercado televisivo, destaca-se a sanção do Decreto nº 527/05, que “suspendia o cômputo do prazo das licenças por dez anos, permitindo aos principais radiodifusores manter as concessões”. Nesse momento, já não existia mais unidade entre Telefe (do grupo espanhol Telefónica) e Canal 13 (pertencente ao grupo Clarín) em torno do padrão ATSC (Krakowiak; Mastrini; Becerra, 2012, p. 200). Além disso, o presidente Néstor Kirchner também não revogou nem suspendeu o Decreto nº 1.005/99, de Carlos Menem, que autorizou o acesso, por um mesmo concessionário, a 24 licenças, modificando a Lei nº 22.285/80, que fixava o limite de quatro. Como consequência da validade dessa norma – e da venda da editora Atlántida à Telefónica –, a Telefe tornava-se o principal grupo de comunicação do país. Os autores argentinos avaliam que o governo “não tinha contradições importantes” com os empresários de radiodifusão e de telecomunicações.

104 Logo no primeiro artigo, confirmando mais uma vez o diapasão governamental internacional sobre a digitalização da TV, o governo argentino copiou, quase literalmente, os objetivos já encartados nas Exposições de Motivos dos dois principais decretos que regulamentaram o SBTVD.

105 Uma curiosidade: em espanhol, semelhanças linguísticas à parte, a televisão digital é conhecida pelo acrônimo “TDT”, e não “TVD”, como se costuma usar no português brasileiro.

até o momento da escolha do ISDB-T, mas a atuação não tem parâmetros nos países vizinhos: “instalou antenas, distribuiu gratuitamente decodificadores e destinou dinheiro para a produção de conteúdos digitais” (Krakowiak; Mastrini; Becerra, 2012, p. 197 e 201-202). Antes, com medidas bastante polêmicas, o governo distribuiu as consignações de canais digitais para ramificar o sistema, cujas transmissões começaram com a estatal *Radio y Televisión Argentina Sociedad de Estado* (RTA), em julho de 2010. Os primeiros beneficiários foram exatamente empresários próximos ao grupo político da presidenta, de não deu explicações sobre haver desrespeitado vários procedimentos previstos no decreto que regulamentava o SATDT.

Por outro lado, no que diz respeito aos conteúdos, a fim de garantir o sucesso da digitalização, o governo de Cristina Fernández tem lançado editais para remunerar direitos autorais e fomentar, com milhões de pesos, a produção audiovisual independente, e cria canais públicos segmentados (infantis, por exemplo) para atender a população que aderiu à TV digital, já que os empresários demonstram evidente desinteresse em investir na tecnologia. Outro diferencial do país foi a concomitância da revisão do marco legal da radiodifusão com a implementação da TV digital. A chamada *Ley de Medios*<sup>106</sup>, sancionada semanas depois da instalação do SATDT, traz, numa estrutura bem completa e fundamentada, importante instrumentos regulatórios como a democratização do uso do espectro, o limite à propriedade, a abertura para participação social, as cotas e o fomento a conteúdos regionais e independentes etc. No entanto, Krakowiak, Mastrini e Becerra (2012, p. 204-205) avaliam que a nova legislação “não dá conta da convergência e não se encontra articulada com a política de TDT”. Nos últimos anos, o governo e os empresários, liderados pelo grupo Clarín brigam na Corte Suprema e até em tribunais provinciais em torno do cumprimento do Artigo 45<sup>107</sup> da lei, que limita em 34 o número de licenças para um só concessionário – contando, inclusive, as de TV a cabo –, mas o conglomerado argentino oligopolista tem quase dez vezes essa quantidade. A peleja judicial segue forte, com litigações de toda sorte, apesar de o artigo da *Ley* que trata do limite à concentração ter sido julgado constitucional pela Corte. Ainda assim, mesmo considerando o peso do Estado como impulsionador indispensável da TV digital, a nova legislação para o setor e o surgimento de sólidas políticas públicas para o audiovisual, o cenário da radiodifusão passou por uma reconfiguração relevante na Argentina quando analisado sob a ótica das influências políticas e econômicas dos grupos empresariais dominantes. Deve-se levar em conta ainda que lá a TV aberta não é rentável como a

---

106 Em 10 de outubro de 2009, o Congresso aprovou a Ley 26.522/09 (*Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*). A regulação do sistema de audiovisual ficou sob a responsabilidade da Chefia de Gabinete de Ministros juntamente com o órgão regulador de aplicação (*Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual*, AFSCA) (Krakowiak; Mastrini; Becerra, 2012, p. 204).

107 De acordo com o artigo 45 da lei, relacionado à multiplicidade de licenças, cada grupo somente pode ser concessionário, em nível nacional, de dez licenças de rádio e televisão aberta e de 24 de televisão a cabo. Além disso, nenhum canal de TV pode chegar a mais de 35% de alcance de mercado no país.

TV paga, uma vez que o mercado foi construído com outro formato, privilegiando a TV a cabo, que começou a ser comercializada ainda nos anos 1960 e hoje alcança mais de 80% da população.

A Espanha é outro exemplo importante para compreender os limites das mudanças que **poderiam** ser induzidas pela digitalização da TV aberta, especialmente porque o país tem um perfil de uso televisivo bem parecido ao do brasileiro, com o aditivo de uma regulação e de políticas de comunicação confusas. A transição para a TV digital no velho continente como um todo não teve uma fase tão intensa de indefinições quanto ao sistema de transmissões, já que a norma DVB-T foi consensualizada na União Europeia ainda no começo dos anos 1990. Contudo, na Espanha, foi um complexo processo que durou de outubro de 1998 a abril de 2010, quando inicia a etapa do apagão analógico (Fuertes, Marengi, 2012, p. 71). A TV hertziana aberta é consumida por 97,1% da população espanhola, enquanto, na Europa, a média é de 41%. Diferentemente do Brasil e da Argentina, as emissoras estatais são, na Espanha<sup>108</sup>, assim como ocorre na maioria dos países europeus, a base de fundação da televisão no país. O monopólio e a centralização da radiodifusão, que foram instituídos, consolidados e mantidos sob o autoritarismo do regime ditatorial franquista, começaram a ser desmontados<sup>109</sup> somente nos anos 1980, durante o longo governo do socialista Felipe González (1982-1996). Apenas em 1988 surgem os primeiros canais privados de cobertura nacional.

Posteriormente, entre 1996 a 2004, sob o comando de José María Aznar, do conservador PP, várias medidas fiscais e administrativas deflagraram a formulação do Plano Técnico Nacional da Televisão Digital Terrestre (1998), que privilegiava os chamados canais “*múltiples*” em vez da transmissão em qualidade HD e definia o fim da transição para janeiro de 2012. Um ano depois, o operador Onda Digital S.A., com vínculos claros com o governo, teve direito a uma licença de três *múltiples* e meio (14 canais) e, em 2000, criou a plataforma *QuieroTV*, que, embora fosse hertziana (“terrestre”), pretendia estabelecer o serviço de televisão digital na modalidade de TV paga. Logo depois, surgiram a *Net TV* e a *Vevo TV*, também vinculadas ao PP, surgem no mercado, mas as empresas acabaram se fundindo em 2002, ano em que começou a transmissão em *simulcasting*. De acordo com Marta Fuertes e Patricia Marengi (2012, p. 76-77), “o objetivo era contrapor a supremacia do Canal Satélite Digital, controlado pelo grupo Sogecable, contrário ao PP [Partido Popular] de Aznar”. Apenas dois anos após obter a licença, a *QuieroTV* desapareceu, enterrando de vez os planos de constituir uma TV digital por assinatura. O projeto não se sustentou sob a lógica de um modelo de negócios que a obrigava a concorrer diretamente com canais pagos já bastante

---

108 *La 1*, primeiro canal estatal, surge em 1956.

109 No entanto, em 1980, com o *Estatuto de la Radio e la Televisión*, a *Radio e Televisión Española* (RTVE) passa a ter financiamento misto, com permissão para inserção publicitária. O estatuto também cria delegações territoriais para a TV pública e concede autorização para as comunidades autônomas gerirem canais públicos de televisão (Fuertes; Marengi, 2012, p. 73).

consolidados e com programações bem mais diversificadas, com dezenas de canais a mais. A realidade do acesso à TDT no país também contribuiu para o fracasso dessa empreitada comercial, já que, em 2003, somente 0,19% de penetração, fato precipuamente creditado à falta de incentivo à aquisição de equipamentos por parte do governo (Fuertes; Marenghi, 2012, p. 79). Naquele ano e em 2004, com a digitalização quase paralisada<sup>110</sup>, eram transmitidos, só no sistema digital, Net TV e VeoTV e, em *simulcasting*, TVE (estatal), Antena 3, Gestevisión e Sogecable.

O ano de 2004, com a volta ao poder do partido socialista, tendo à frente José Luiz Zapatero (2004-2011), traz uma razoável inflexão nos rumos da TV digital espanhola e uma importante oscilação na estrutura de propriedade do mercado televisivo – apesar de, contraditoriamente, também ter sido derrubado um dos dispositivos que dificultavam a concentração, o limite de três concessões que era determinado pela *Ley de Televisión Privada* (1988). O governo de Zapatero ampliou<sup>111</sup> as concessões de TV hertziana, aumentando o reduzido oligopólio que era mantido durante quinze anos, num movimento que ficou conhecido como “a última guerra analógica” (Fuertes; Marenghi, 2012, p. 79). A partir do aprendizado do caso QuieroTV e sob a tônica de um governo supostamente avançado se comparado ao anterior, o “relançamento” da TDT na Espanha é realizado pela *Ley 10*, de 2005, que previa “Medidas Urgentes para o Impulso da TV Digital Terrestre, para a Liberalização da TV a Cabo e para o Fomento ao Pluralismo”. A partir de então, a TV digital espanhola era aberta e gratuita. No mesmo ano, o “Novo Plano Técnico Nacional de Televisão Digital Terrestre” estabeleceu o apagão analógico para abril de 2010 e a consignação de um *múltiple* completo para cada operador até o fim das transmissões analógicas, entre outras especificações técnicas. “Com o novo plano, em que foi realizada uma generosa divisão de frequências, houve a ‘paz digital’” (Fuertes; Marenghi, 2012, p. 81). Este fato já insinuava que os *cambios* do governo socialista não eram infalivelmente reestruturadores da radiodifusão do país e antecipava, em parte, o que viria fortemente a partir de 2009<sup>112</sup>, na onda da crise capitalista mundial que atingiu de forma mais aguda a Espanha<sup>113</sup>, resultando numa série de revisões da regulação da televisão, o que proporcionou mais abertura comercial e mais concentração no setor. Atualmente, após a transição praticamente ter sido finalizada (com mais de 98% de adesão), a “era digital” da

---

110 Apesar disso, em março de 2004, foi lançado o Plano Nacional de TV Digital Local (*Real Decreto n° 439*), que, entretanto, não se converteu em ações concretas.

111 Um acontecimento representativo foi a negação, para a *Veo TV* e para a *Net TV*, dos pedidos para transmitir em analógico. Em vez disso, foi outorgada a concessão para um novo canal aberto, *La Sexta*, em março de 2006.

112 Em 2009, foi baixado o *Real Decreto-Ley 11*, que autorizou a exploração paga da TV digital, e, em 2010, com a sanção da Lei Geral de Comunicação Audiovisual, ampliou-se essa permissão para 50% do espectro concedido. Também em 2009, a estatal RTVE, que já havia sido “reestruturada” em 2006 por uma lei que tratava especificamente da radiodifusão estatal, sofreu novo ataque com a *Lei de Financiamento da Corporação de Rádio e Televisão Espanhola*, que proibiu a TV pública de vender espaços publicitários, cujo faturamento acabou sendo redirecionado para as emissoras privadas, impondo sérias limitações à competição com o setor privado e colocando em perigo o futuro do serviço público.

113 Além de outros países da região do Euro, como Grécia, Portugal, Irlanda e, mais recentemente, Chipre, embora a crise seja de envergadura mundial.

TV espanhola conserva duas das principais características do período anterior: o peso do capital estrangeiro, presente em todos os operadores, e a forte concentração da propriedade empresarial, caricaturas de um cenário que diluiu a promessa de que a digitalização traria consigo maior pluralidade e diversidade (Fuertes; Marengi, 2012, p. 83 e 87).

Na Europa, há casos emblemáticos de manutenção ou de piora do nível de competição dos mercados, cada vez mais oligopolizados, e até retrocessos relevantes em relação à comunicação pública, por exemplo, como aconteceu em Portugal, com a privatização de canais públicos. Na França, mesmo com uma digitalização mais transparente e aberta, ao fim, foi reforçado o duopólio TFI e Canal+. No Reino Unido, ainda nos anos 1980, o governo quis ser precursor ao licenciar um serviço de TV via satélite usando a tecnologia HD-MAC, mas o processo, dificultado por obstáculos técnicos e econômicos, foi uma das causas da concentração do mercado conquistada pela Sky<sup>114</sup> (Smith<sup>115</sup>, 1999 *apud* Mota; Tome, 2005, p. 77). Mais recentemente, durante a introdução da TV digital terrestre, houve corte de investimentos na BBC. Nota-se que, mais uma vez, as propaladas melhorias das tecnologias digitais, que indicavam o fortalecimento da concorrência no mercado de TV, favoreceram empresários que mantêm boas relações com os chefes de governo. Enquanto isso, a televisão pública se posicionou como coadjuvante ao receber o mesmo tratamento a que os comerciais analógicos tinham direito, o que, fatalmente, ocasiona uma desnutrição financeira e política dos sistemas de comunicação que dependem do Estado<sup>116</sup>. Conforme destacam Luis A. Albornoz e Maria García Leiva (2012b, p. 285), a TV digital europeia tampouco foi capaz de oferecer à audiência muitas novidades no quesito conteúdo ou de financiar o surgimento de novos canais que modificasse o mercado de audiovisual. Mesmo com o sistema DVB, que, ao menos em discurso, preconizava e estimulava a multiplicação de operadores, não foi, até o momento, há a repetição dos mesmos gêneros da televisão analógica, no qual sobressai o modelo tradicional da televisão generalista, a exemplo da Espanha. Além disso, não existem interatividade nem acessibilidade nos serviços à disposição, que, em geral, são “anedóticos” (Fuertes; Marengi, 2012, p. 90-91). A adoção da segunda geração do sistema europeu de TV digital (DVB-T2), implementada preponderantemente nos países mais retardatários, pode representar algum incremento no negócio da TDT. Outro impulso esperado pela radiodifusão é a chamada “TV híbrida”, que já está presente em países como o Reino Unido e a Alemanha. Mais difundido no Brasil como “TV conectada”, o aparelho, além de captar o sinal digital, tem a Internet como canal

---

114 A Sky, conglomerado de mídia controlado pelo australiano Rupert Murdoch, aproveitou brechas na legislação implantar o sistema usando o satélite analógico ASTRA, embora a licença do BSkyB fosse para transmissão utilizando o HD-MAC digital (Mota; Tome, 2005, p. 77). Poucos anos depois, acentuadamente a partir de 1993, o HD-MAC seria abandonado para a criação do DVB.

115 SMITH, Paul. The Politics of UK Television Policy: the Introduction of Digital Television. **International Journal of Communications Law and Policy**, London, Issue 3, summer 1999.

116 Uma relevante exceção é a França, onde o governo cobra um imposto anual por domicílio, o “*redevance*”, que é a principal fonte de receitas dos veículos de radiodifusão públicos do país.

de retorno e como suporte de acesso a serviços interativos (Albornoz; García Leiva, 2012b, p. 273).

### 3.1 O Estado (privatizado) brasileiro, as políticas de comunicação e a TV digital

As discussões iniciais sobre a necessidade de implantação da TV digital ou, pelo menos, de uma TV de alta definição no Brasil datam ainda do ano de 1991, quando o governo de Fernando Collor<sup>117</sup>, pouco antes de enfrentar o processo que *impeachment* que o tiraria do poder no ano seguinte, criou, no Ministério das Comunicações<sup>118</sup>, a Comissão Assessora de Assuntos de Televisão (COMTV), que tinha o objetivo de mapear os avanços havidos nesse sentido nos Estados Unidos, no Japão e na Europa, que já centralizavam as políticas da “TV avançada”. Nesse ponto, cumpre fazer uma pequena digressão: essa iniciativa, assim como as dos demais países, embora esteja relacionada diretamente ao setor de radiodifusão, deve ser compreendida em articulação com os primeiros passos mais decididos que o país dava no período de intenso desmonte do Estado, cumprindo uma agenda que seria a base do neoliberalismo inaugurado, em 1979, por Margaret Thatcher (Reino Unido) e, em 1981, por Ronald Reagan (EUA). Antes, importante lembrar, houve o golpe de Estado contra Salvador Allender, no Chile, que serviu como um “laboratório de testes” para os seguidores dos Milton Friedman e Friedrich Hayek, ideólogos centrais do “espírito do tempo” do capitalismo no último quarto do século XX. Ao mesmo tempo, essa reorientação político-econômica não representa, necessariamente, a ausência da ação estatal, num entendimento que denota um paradoxo apenas superficial.

Os mitos criados em torno das tecnologias da informação e da comunicação preconizam a cândida ideia de que a orientação política pode acabar com a regulação do Estado, mas, como expõe João Miguel (2009, p. 53), “a criação de um mercado efetivamente livre de governo envolveria paradoxalmente uma enorme intervenção governamental. O mercado livre não cresce naturalmente, precisa ser criado através de meios legislativos drásticos e de outras medidas intervencionistas”. A contradição se dissipa enormemente quando, por exemplo, atenta-se para o fato de que a atuação do governo brasileiro foi decisiva até para financiar, por meio dos bancos públicos, a compra das

---

117 Desnecessário registrar com mais ênfase o papel fundamental que tiveram os meios de comunicação na promoção pessoal e política de Fernando Collor desde quando este era o ainda desconhecido recém-eleito governador de Alagoas. Sustentado por um discurso moralista contra os “marajás” e construindo a imagem de jovem, desportista e corajoso, ele agora precisava da imprensa nacional. “Dos noticiários das redes de televisão, das manchetes dos jornais de prestígio, das reportagens das revistas. Teria de lidar com os donos das empresas, os repórteres e fotógrafos, os editores e diretores de redação, pessoas que pouco conhecia e das quais desconfiava. Só por meio deles conseguiria falar aos brasileiros. E Collor tinha o que os jornalistas caçavam: notícias” (Conti, 1999, p. 13).

118 Criado em 1967 pelo ditador Humberto Castello Branco, o Ministério das Comunicação foi fundido com outras pastas em 1990, logo no início do governo de Fernando Collor, dando origem ao Ministério da Infraestrutura. Em abril de 1992, houve nova mudança, e o Ministério da Infraestrutura foi novamente dividido, sendo criado o Ministério dos Transportes e das Comunicações, como uma única pasta – nesta época, o Ministério das Comunicações foi transformado em uma secretaria nacional dentro da estrutura do novo ministério. Somente a partir de outubro de 1992, no governo de Itamar Franco, o Ministério das Comunicações voltou a ter estrutura própria.

empresas estatais<sup>119</sup>, além dos desmedidos esforços para fragilizar e mesmo extinguir aparatos legais e constitucionais que previam monopólios estatais ou caráter de regime público na prestação de serviços essenciais, como as telecomunicações, setor que passou por todas as etapas de desestatização e de privatização no curto período de três anos, entre 1995 e 1998. O BNDES também cumpriria importante papel na privatização do Sistema Telebrás, em 1998, fornecendo crédito a baixíssimo custo às empresas vencedoras dos leilões<sup>120</sup>. Até os anos 1980, a biografia da formação e da consolidação *broadcasting* brasileiro – o rádio tinha mais de 60 anos, e a TV já passava dos 30 – já não era muito animadora, do ponto de vista regulamentar e econômico, no respeito ao caráter público. Os acontecimentos a partir dos anos 1990, fortemente condicionados pela era neoliberal, não seriam responsáveis por mostrar algo mais promissor em socorro às maiorias sociais que não tinham qualquer acesso público e participação popular no rádio e na TV<sup>121</sup>. Conforme aponta César Bolaño (2007, p. 107), o Estado “não pode fugir à sua função de organizar e institucionalizar os compromissos táticos e estratégicos entre os atores privados hegemônicos”. Em determinadas épocas históricas, em específicos setores da sociedade, isso ganha grande relevo, a exemplo da reestruturação das telecomunicações ou das “atualizações” tecnológicas da televisão. O caso da radiodifusão é sempre prenhe desses exemplos de proatividade governamental em benefício direto de setores empresariais.

Apesar das mudanças verificadas sob diversos aspectos – sobretudo tecnológicos e socioeconômicos –, Venício Lima (2011, p. 31) defende que, na área da comunicação, o ator preponderante ainda continua sendo o Estado, papel que se justifica pela responsabilidade quase discricionária de formulação das políticas e pela outorga e renovação de concessões de radiodifusão

---

119 Foi o Governo Federal que deu início, numa postura proativa e em colaboração com os grandes grupos empresariais do país, ao período de desestruturação do Estado Brasileiro a partir do Programa Nacional de Desestatização (PND), instituído pela Lei nº 8.031, de 1990. Nesse processo, a participação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) foi fundamental para a privatização da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), leiloadada na presidência de Itamar Franco em 2003, ano seguinte à cassação de Fernando Collor, e da Companhia Vale do Rio Doce, cuja desestatização foi iniciada na gestão de Collor, interrompida no mandato de Itamar Franco e finalmente realizada em 1997, no governo de Fernando Henrique Cardoso. Apesar das resistências parciais de Franco quanto à venda de empresas estatais, ele foi o responsável pela finalização da desestatização de todo o setor siderúrgico (Usiminas, Cosinor, Aços Finos Piratini, CST, Acesita, CSN, Cosipa e Açominas) e pelo leilão da Embraer, em 1994, último ano de governo.

120 A Lei Geral das Telecomunicações, aprovada em 1997, determinou que o processo decisório relativo à privatização do setor ficasse a cargo de uma Comissão Especial de Supervisão, ligada hierarquicamente ao Ministério das Comunicações, e não sob a alçada do Conselho Nacional de Desestatização (CND), ao qual o BNDES se reportava em assuntos de privatização, como Gestor do Fundo Nacional de Desestatização (FND). No entanto, em fevereiro de 1998, foi assinado Contrato entre o BNDES e o Ministério das Comunicações, atribuindo ao banco a coordenação da modelagem de venda e do próprio leilão do Sistema Telebrás, cuja privatização ocorreu no dia 29 de julho de 1998, configurando a maior operação de privatização de um bloco de controle já realizada no mundo. Com a venda, o governo arrecadou um total de R\$ 22 bilhões, apresentando um ágio de 63% sobre o preço mínimo estipulado, o que serviria de alibi para justificar a venda do patrimônio público em nome do alcance de indicadores como o *superávit primário*, instrumentos de controle da economia nacional por parte de organismos multilaterais (BNDES, 2012).

121 Em que pese o fortalecimento, de forma mais incisiva nos anos 1980, das rádios comunitárias, como narra em diversos textos Adilson Vaz Cabral Filho (2009, com Eula Dantas Tavares Cabral, e 2011), e dos grupos produtores de vídeos populares após o relativo barateamento dos equipamentos audiovisuais naquela década, como contam Almir Almas e Ana Vitória Joly (2009).

– apesar de a Constituição de 1988 ter determinado o compartilhamento dessa competência com o Legislativo. Logo em seguida, aparecem como protagonistas, em defesa de interesses particulares, grupos empresariais de radiodifusão, reunidos em torno de entidades como a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), com domínio da *Rede Globo*, e a Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra), liderada pela Bandeirantes e pela Rede TV!; e as específicas da mídia impressa, organizadas principalmente na Associação Nacional de Jornais (ANJ) e na Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner). As empresas de telecomunicação também têm ganhado força nas duas últimas décadas, devido à privatização dos serviços de telefonia ocorrida nos anos 1990 e, claro, à convergência tecnológica. A indústria eletroeletrônica também se mostra com bastante influência, principalmente nesse momento em que o Sistema brasileiro de TV aberta migra para a plataforma digital. Esses grupos operam, historicamente, com base na articulação política, que envolve relações de fisiologia, chantagem e interesse direto no contato com as instituições estatais, a partir de *lobbies*, uso instrumentalizado das mídias e incursão, deles mesmos, nas lides partidárias. O segmento dos “não-atores” é formado pelas organizações da sociedade civil (não-empresarial), que atuam em defesa do direito à comunicação – e, mais recentemente, pelo Ministério Público e também por entidades de representação da mídia pública.

Pode-se concluir, portanto, que a definição das políticas públicas geradoras das características do sistema brasileiro de mídia ocorre historicamente num círculo extremamente reduzido de atores e interesses. O que há, na verdade, é uma negociação entre o Estado e alguns poucos grupos privados. Não há negociação efetiva entre os “não-atores” e o Estado ou os grupos empresariais que, muitas vezes, são também grupos políticos ligados à própria estrutura do Estado (Lima, 2011, p. 34)

Voltando à questão da TV digital, até aquele momento, início dos anos 1990, nenhuma das potências estava certa de que a televisão deveria migrar totalmente para o formato digital. Os países europeus, centralizados pela política da União Europeia, encaminhavam um sistema que previa o formato *widescreen* a curto prazo e digital a longo prazo ainda no oitentista *HD-MAC*<sup>122</sup>, enquanto o Japão, sob a liderança da estatal *NHK*<sup>123</sup>, ainda estava empenhado em desenvolver o *Muse Hi-Vision*<sup>124</sup> (Hart, 2004, p. 181) – ambos previam dispositivos e funcionalidades híbridos, resguardando, portanto, a convivência do analógico com o digital. A grande virada se deu quando, em 1993, os EUA decidiram voltar a política de desenvolvimento do sistema *all-digital*, causando surpresa nos outros dois blocos concorrentes. Do outro lado do planeta, esse giro foi mais moroso: devido à resistência do alto escalão de gestores e de técnicos envolvidos na empreitada, o Japão tardou muito para resolver deixar o *Muse* para trás, apesar de todo o *know-how* nipônico. A

122 *High Definition-Multiplexed Analog Components*.

123 *Nippon Hōsō Kyōkai* ou *Japan Broadcasting Corporation*, oficialmente (em tradução livre, “Corporação de Radiodifusão Japonesa”).

124 *Multiple sub-Nyquist Sampling Encoding High Vision*.

definição da mudança para voltar-se ao digital, consolidada somente em 1997 com a substituição dos principais gerentes, gerou atrasos no desenvolvimento do que viria a ser o sistema *ISDB-T*, igualmente capitaneado pela *NHK*.

A Europa Ocidental foi bem mais rápida do que o Japão para se afastar dos seus dispositivos anteriores: em junho de 1993, renegou o *HD-MAC* e empenhou-se para criar o grupo *Digital Video Broadcasting (DVB)* para sustentar a televisão digital. Os Estados Unidos, apesar de dedicarem-se à Televisão Avançada com atraso em relação ao Japão, cuja tecnologia estudaram adotar em meados dos anos 1980 – possibilidade logo descartada por questões técnico-econômicas –, foram os primeiros a mirar uma TV completamente digital. Em meio a intensas disputas<sup>125</sup> entre a *Electronic Industries Association (EIA)*, dominada por empresas estrangeiras (sobretudo japonesas e europeias, e a *American Electronics Association (AEA)*, representante da indústria eletroeletrônica nacional, a *Federal Communications Commission (FCC)* estabeleceu, em 1987, o *Advisory Committee on Advanced Television Service (ACATS)*<sup>126</sup>, composto majoritariamente por executivos das maiores empresas de comunicação e responsável pela coordenação das políticas de tecnologia em torno do sistema tecnológico da “TV Avançada”, que, no caso, seria integralmente digital. Depois de anos de desenvolvimento de padrões e de testes, a FCC aceitou a recomendação do Acats e, em 1995, tomou a decisão definitiva em favor do conjunto de padrões que seria chamado de *Advanced Television Systems Committee (ATSC)*<sup>127</sup>. Ainda assim, subsistiriam pelo menos mais dois conflitos: o primeiro envolvia a indústria de informática, que defendia um enfoque baseado num modelo mais próximo da linguagem computacional, a “varredura progressiva”, e as produtoras e emissoras de televisão, que acusavam esse procedimento de aumentar os custos de produção relativos a garantia de melhoria da qualidade das imagens e defendiam, em vez disso, a “varredura entrelaçada”<sup>128</sup>; o segundo, que teria vários *rounds*, punha frente a frente os radiodifusores e as

---

125 Mesmo nos Estados Unidos, país que costuma se definir como berço dos direitos civis, a questão da TV digital, em termos de interesse público, enfrentou um processo com encaminhamentos bastante assimétricos. As entidades que defendiam os telespectadores, como a *Consumer Federation of America* (entidade de defesa de consumidores), o *Media Access Project* (defesa dos pequenos radiodifusores) e a *Benton Foundation* (defesa dos direitos humanos) “não lograram êxito na formulação e defesa de propostas que contrapusessem o discurso tecnoeconômico [*sic*]” (Mota; Tome, 2005, p. 75-76).

126 Numa articulação política e financeira que reuniu os principais conglomerados e associações empresariais de radiodifusão dos Estados Unidos – Capital Cities/ABC, CBS, NBC, PBS, a *Electronic Industries Association (EIA)*, a *National Association of Broadcasters (NAB)* e outros –, foi instituído, em 1989, o *Advanced Television Testing Center (ATTC)*, uma entidade privada sem fins lucrativos que seria responsável por fazer testes de pelo menos cinco sistemas até 1995. A FCC se basearia, pelo menos em parte, nos estudos reportados pelo ATTC sobre a HDTV, juntamente com as recomendações da estatal ACATS, para tomar as decisões governamentais (Hart, 2004, p. 114-115). Essa história é interessante pela próxima analogia que pode ser feita não só, mas principalmente com o caso brasileiro do grupo Abert/SET.

127 O sistema ATSC, além de priorizar a alta definição, mantinha a largura de banda de 6 MHz e não demandava compra de caros decodificadores para os mais de 150 milhões de domicílios do país – dois dos maiores problemas alegados pelo governo estadunidense para não prosseguir nas negociações com o Japão.

128 A chamada 1080p (ou *full HD*) é formada por 1080 linhas, cada linha com 1920 *pixels* e com varredura “progressiva” (p) da imagem, ou seja, 30 imagens ou quadros por segundo (qps), preenchidos linha a linha, para dar uma aproximação maior de movimento. Já a varredura “entrelaçada” (*interlaced*, no *HDTV 1080i*) –, apresenta na tela

operadores de TV a cabo em torno das regras de “*must carry*” dos sinais das emissoras (Hart, 2004). As políticas públicas dos Estados Unidos, como as de qualquer país, estão igualmente submetidos às determinações políticas, que são bem anteriores (e, também, posteriores) às escolhas “técnicas”. Ao fim do processo, essas questões relativas a padrões e formatos, que em tese deveriam ser resolvidas pelos tecnocratas, foram rapidamente solucionadas a partir das ponderações dos poderes de ocasião de cada setor implicado nas querelas em torno da TV digital<sup>129</sup>.

É nesse contexto que surge o grupo Abert/SET<sup>130</sup>: os empresários estavam animados com a intenção do governo Collor em estimular a agenda da TV avançada, ao propor uma análise conjunta dos modelos tecnológicos que se desenvolviam nos países centrais do capitalismo global num mundo que “se despedia” da possibilidade de alternativas econômicas que de alguma forma se expressavam nas experiências do “socialismo real”<sup>131</sup>. Ao mesmo tempo, como sempre, as potências se valiam das tecnologias como instrumento de dominação geopolítica. No mundo, já existiam, portanto, três sistemas de TV digital hegemônicos: o ATSC (*Advanced Television Systems Committee*), dos Estados Unidos; o DVB-T (*Terrestrial Digital Video Broadcasting System*), da Europa, e o ISDB-T (*Terrestrial Integrated Services Digital Broadcasting*), do Japão. Mas, pela proximidade tanto política quanto econômica, considerando que modelo comercial foi adotado pelo Brasil à imagem e semelhança do sistema de radiodifusão estadunidense, um convite feito à Abert pela *National Association of Broadcasters* (NAB) levou os empresários brasileiros dar mais efetividade ao debate sobre a televisão digital no país. A partir de então, a COMTV, que foi mantida mesmo após a cassação do presidente outrora preferido dos radiodifusores, continuou a ter uma atuação em integral coordenação com os empresários de TV, fazendo jus à tradicional promiscuidade entre público e privado que caracteriza o funcionamento do Estado brasileiro. Assim, as análises dos padrões de TV Digital existentes, considerando o desenvolvimento e a implantação em diversos países, mediam-se pela régua do empresariado e seu suporte de engenharia.

60 qps, ou seja, o formato dobra a taxa de quadros sem um consumo adicional de largura de banda, uma vez que o sinal entrelaçado contém os dois campos de um quadro de vídeo captados em dois momentos diferentes (Ferraz, 2009, p. 21).

129 O que passou por governos com entendimentos diferentes quanto à “sociedade da informação”, como o de George Bush (1988-1992) e o de Bill Clinton (1993-2000), que teve grande influência do vice-presidente Al Gore, que, desde quando era senador, já se apresentava como um expoente defensor da chamada “Supervia da Informação”.

130 A equipe se formou a partir de uma colaboração técnica (mas não somente) entre a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) e Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (SET), que havia sido criada em 1988 para ser uma espécie de subsidiária para estudos, pesquisas e consultorias a serviço dos radiodifusores. O Centro de Pesquisas e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD) também colaborava com o grupo. A denominação, vez por outra, aparece invertida (SET/Abert). Optou-se, aqui, pela ordem cronológica de criação das entidades.

131 É importante destacar esse fato para entender as razões pelas quais os modelos tecnológicos de TV digital estiveram restritos basicamente aos Estados Unidos, ao Japão e à União Europeia. A China, que cresceria num ritmo avassalador nas décadas de 1990 e de 2000, não abriu mão de desenvolver o próprio sistema tecnológico, mas o projeto foi muito retardatário em relação aos demais, iniciando em 1996, o que dificultou a adoção por outras regiões. Após uma fase de testes que seguiu até 2005, o sistema foi finalizado em 2006, sendo denominado *Digital Terrestrial Multimedia Broadcasting* (DTMB). A norma também foi adotada em Macau e Hong Kong, regiões administrativas especiais da China. A previsão é de que o *switchoff* analógico ocorra entre 2015 e 2018 (DTV Status, 05 mar. 2013).

Em 1995, após o mandato “tampão” de Itamar Franco (1992-1994), que estava mais ocupado com a agenda econômica do Plano Real, assumiu a Presidência Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), que não quis perder tempo e foi responsável, logo no primeiro momento, pela quebra do monopólio estatal nas telecomunicações, com a aprovação, pelo Congresso Nacional, em 1995, da Emenda nº 8 à Constituição Federal, que autorizava o Governo Federal a outorgar concessões para exploração de serviços de telefonia ao setor privado. Já no ano seguinte, foi sancionada a Lei nº 9.295/96, que permitiu a licitação de concessões de telefonia celular da banda B e preparou o terreno legal para que, em julho de 1997, o parlamento federal aprovasse a Lei Geral das Telecomunicações (Lei nº 9.472/97), base regulatória para o setor com as diretrizes para a privatização da Telebrás, que aconteceria no mesmo ano. No bojo da nova legislação, seguindo o *script* da doutrina Thatcher, foi criada a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), que teria a atribuição, como instituição autônoma e de controle público, de regular e também de fazer cumprir o arcabouço normativo do setor. Acontece que o presidente FHC resolveu ir além das competências regulatórias, que o novo órgão pouco e mal cumpriu, e delegou à agência a função de conduzir a política referente à digitalização da TV aberta no país. O que poderia ter sido um relevante suporte para dar à população maior poder de intervenção nos rumos das políticas de comunicação nacionais – já que as ações da COMTV demonstravam claramente que a comissão estava capturada pelos interesses das entidades dos concessionários de TV – transformou-se num obstáculo adicional, uma vez que a “autonomia” da agência a distanciava da incidência um controle público mais rigoroso. Para César Bolaño (2008, p. 44), embora Emmanuel Négrier<sup>132</sup> identificasse, na criação de autoridades administrativas independentes, a fragilização do “princípio clássico da decisão democrática”, no caso brasileiro, com o surgimento da Anatel, “não houve uma perda em termos de democracia, porque no Brasil nunca houve democracia alguma” nas políticas da área<sup>133</sup>. Sayonara Leal (2004), ao analisar as possibilidades democratizantes<sup>134</sup> da Anatel, identificou que, anos após a criação da agência, manteve-se reduzida a participação popular, que, na verdade, como ela mesma diagnosticou, “simplesmente jamais existiu” de fato na regulação das comunicações brasileiras. No contexto de criação dessas agências, existiam três desafios centrais:

1) a expansão de formas de participação dos cidadãos na formulação e no controle dessas políticas, que dizem respeito à esfera pública estatal e não-estatal; 2) não permitir que conhecimentos específicos e técnicos enfatizem diferenças e anule participações públicas e

---

132 NÉGRIER, Emmanuel. Audiovisuel: la régulation sans l'Etat. **Quaderni**, n. 07. Paris: Credap/Dauphine, 1989.

133 Apesar disso, ele mesmo pondera que há avanços identificáveis na Lei nº 8.977/95 (Lei do Cabo), cujo cumprimento é fiscalizado pela Anatel. Em grande parte, a lei foi substituída pela Lei nº 12.485/11, que trata dos Serviços de Acesso Condicionado (SeAC).

134 Ela focou sua pesquisa nos instrumentos de participação previstos no Regulamento de Telecomunicações no Brasil: Sala do Cidadão, Consultas Públicas, Audiências Públicas, Central de Atendimento e Comitês de Defesa dos Usuários do Serviço Telefônico Fixo Comutado.

3) a inserção de atores sociais nos espaços de negociações de políticas específicas ou setoriais que fazem parte de uma macropolítica (Leal, 2004, p. 118).

Ou seja, fundamentalmente, tudo o que não foi atendido pela Anatel na “supervisão” – o termo correto é este – dos encaminhamentos que, ao cabo, eram deliberados e executados pelo grupo Abert/SET, apesar dos canais de “participação” que seriam disponibilizados apenas pró-forma, como as audiências públicas estudadas por Sayonara Leal. Assim, no final de 1998, em parceria com o grupo, a Anatel dá início à fase de testes de campo e de laboratório dos três sistemas de TV digital<sup>135</sup>. Os experimentos aconteceram entre outubro de 1999 a abril de 2000 a Universidade Presbiteriana Mackenzie, em São Paulo, com equipamentos doados pela NEC<sup>136</sup> do Brasil, empresa do conglomerado japonês *Sumitomo Group* (Mattos, 2010, p. 50). Transmissões foram feitas da TV Cultura de São Paulo (Fundação Padre Anchieta), enquanto um furgão percorria o município de São Paulo para testar a recepção dos sinais. Segundo Valderez Donzelli<sup>137</sup>, diretora editorial da SET, todo o projeto teve um custo estimado de R\$ 2,5 milhões, valor integralmente financiado pela companhia japonesa. Nesse período, o grupo Abert/SET realizou “centenas de horas de testes, em campo e em laboratório, para avaliar o desempenho, as vantagens e as desvantagens de cada sistema”<sup>138</sup>. No Brasil, no final da década de 1990, como a grande maioria da população, bem mais do que hoje, acessava os canais abertos de TV, a análise dos sistemas, de acordo com o grupo Abert/SET, levou em consideração a qualidade técnica da sintonização dos sinais. “Na época, o sistema japonês foi o que teve melhores resultados, seguido pelo europeu”, conta Fernando Crocomo (2007, p. 61).

Naquele momento, as emissoras<sup>139</sup> possuíam pouca experiência na transmissão digital às afiliadas – a Globo e a Record eram as redes que já utilizavam a tecnologia. Na avaliação de executivos e técnicos, a indefinição quanto ao padrão de transmissão e do período de transição para a TV digital brasileira não era impedimento para que as emissoras se digitalizassem. Com essa projeção, a matéria especulava que, dali a 15 anos – ou seja, 2003 –, a TV digital já estaria

---

135 Em dezembro de 2001, 17 emissoras de televisão aberta solicitaram autorização para realizar testes de campo, sob coordenação do grupo Abert/SET, e, em julho de 1999, a Agência contratou a Fundação Centro de Pesquisas e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD) para validar a metodologia dos testes.

136 *Nippon Electric Company*, mas o nome por extenso só é utilizado no Japão. Internacionalmente, o grupo é conhecido pelo acrônimo “NEC”, como a NEC do Brasil, cujo controle acionário chegou a estar nas mãos de Roberto Marinho. Na ditadura civil-militar, a empresa foi obrigada a nacionalizar seu capital, que, antes de Marinho, foi administrado pelo grupo do empresário Mário Granero. Após a privatização da Telebrás, em 1998, a subsidiária no país voltou a ser de propriedade integral da matriz japonesa.

137 DONZELLI, Valderez. TV Digital no Brasil: sua história e o destacado papel da SET. **Revista da SET**, ano 21, n. 03, mar. 2010, p. 23-24.

138 GLOBO.COM. **TV digital**. Glossário. Disponível em: <[www.tvglobodigital.com/glossaries/index/A/1](http://www.tvglobodigital.com/glossaries/index/A/1)>. Acesso em: 1º mar. 2013.

139 KOLESKI, Fábio. O duro caminho da regionalização. **TelaViva**, ano 07, n. 71, jul. 1998, p. 14-17.

consolidada no Brasil (Koleski, jul. 1998, p. 15-16). Autorizadas pela Anatel<sup>140</sup>, os dois grupos precursores deram o *start* para as transmissões de alta definição no país. Mesmo sem qualquer indicativo de decisão sobre o sistema, curiosamente, ambas optaram por realizar os primeiros testes usando o estadunidense ATSC, e não o japonês ISDB. Ainda em junho de 1998, a Rede Record promoveu a primeira exibição de um programa de televisão produzido em HDTV, no Memorial da América Latina, em São Paulo (SP). Já a Rede Globo escolheu a Copa do Mundo de Futebol, organizada na França, para realizar a primeira transmissão intercontinental em alta definição (Falgetano, jul. 1998, p. 28). Assim, já no mês seguinte, o editorial da revista *TelaViva* de agosto de 1998 expressava, em certa medida, a visão do admirável novo mundo que se abriria, segundo os empresários, com a introdução da televisão digital:

A realidade do *broadcasting* – ninguém mais discute – é digital. Resta agora saber, dentro do mundo digital, para onde a radiodifusão brasileira vai se encaminhar. Uma coisa torna-se óbvia: a TV aberta não será mais a mesma. Deixará, em primeiro lugar, de ser analógica e monocanal. E a possibilidade de, além de ser digital, operar de forma multicanal mudará conceitos aqui estabelecidos há quase 50 anos. A definição do que é um *broadcaster* vai mudar. Os regulamentos que todos conhecemos terão de ser rediscutidos e revisados. Em caso contrário, as leis e normas acabarão atropeladas pelas realidades do mercado [...] (*TelaViva*, ano 07, n. 72, ago. 1998, p. 03).

Em setembro de 1998, durante o 12º Congresso Brasileiro de Engenharia de Televisão, os empresários afirmavam que o processo de transição já estava “em andamento” no Brasil. “Os *broadcasters* nacionais já preparam o funeral dos seus equipamentos analógicos de produção e começam a instalar sistemas digitais de retransmissão”<sup>141</sup>. Em março de 2000, os resultados das avaliações Abert/SET foram entregues à Anatel e, na ótica da equipe das entidades empresariais e do próprio governo, serviriam como base para a decisão do sistema tecnológico de TV digital a ser adotado no Brasil. Afinal, conforme relata Donzelli<sup>142</sup>, “durante todo o trabalho houve total integração com a Anatel e o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD), que atuou no processo como consultor da agência”. Seguindo as diretrizes da dupla Abert/SET, embora não tivesse sido deliberadamente declarado pelo empresariado ou pelo Governo Federal, já estava praticamente descartada a adoção, no Brasil, do sistema dos Estados Unidos. A partir da formação da chamada “Grande Aliança” nos EUA, o país fechou questão em direção ao ATSC, que utiliza a modulação *8-VSB*<sup>143</sup>, enquanto a Europa adotou o DVB, com a modulação COFDM<sup>144</sup> (Donzelli, 2010). Já o Japão, com o ISDB<sup>145</sup>, trazia a modulação OFDM-BST<sup>146</sup>. Na avaliação do

140 FALGETANO, Edylita. *TelaViva*, ano 07, n. 71, jul. 1998, p. 28-31.

141 FALGETANO, Edylita. A realidade digital. *TelaViva*, ano 17, n. 72, ago. 1998, p. 18-20.

142 Valderez Donzelli, que trabalhou de 1979 a 2006 em vários setores da Fundação Padre Anchieta, respondia, no auge da atuação do grupo Abert/SET, pela chefia da Divisão de Projetos Técnicos da TV Cultura, de São Paulo.

143 *8-level Vestigial Sideband Modulation*.

144 *Coded Orthogonal Frequency Division Multiplexing*.

145 Ao optar pelo padrão de modulação nipônico, com 13 segmentos, e pelo *codec* de vídeo MPEG-4, “os brasileiros terão ao seu dispor uma compressão de imagem muito melhor e maior do que o seu antecessor, o MPEG-2, utilizado no

grupo de *experts* mantido pelos radiodifusores, o ATSC, com esse padrão de modulação, não atendia às necessidades brasileiras, porque apresentava limitações na recepção de sinais por antenas internas, muito mais preponderantes do que as externas (Becker, 2011, p. 26). A relação de coparticipação (e de convivência) de Abert/SET com a Anatel era tamanha que os técnicos a serviço dos radiodifusores tinham no site da agência o canal prioritário para a divulgação do conteúdo dos estudos, o que ficava evidente nas notícias da imprensa especializada.

O relatório enviado à Anatel pelo grupo de engenheiros da SET/Abert, responsável pelos testes dos padrões para televisão digital no Brasil, chegou a uma decisão inquestionável. A modulação escolhida, após os testes de laboratório e campo, foi a COFDM, usada pelos padrões europeu (DVB-T) e japonês (ISDB-T), descartando o uso do padrão americano (ATSC), que usa modulação 8-VSB, considerada inaproveitável. Segundo o relatório, já disponível para consulta pública na página da Anatel na Internet ([www.anatel.gov.br](http://www.anatel.gov.br)), os sistemas que empregam modulação COFDM ainda necessitam de mais testes (**TelaViva**, ano 09, n. 91, mar. 2000, p. 04).

No período seguinte, em 2000 e 2001, a Anatel realizou protocolares consultas<sup>147</sup> e audiências públicas e até um seminário internacional em agosto do mesmo ano<sup>148</sup>, com presença de delegações dos Estados Unidos e de diversos países da América Latina, mas sem a intervenção dos telespectadores, dos consumidores, dos “usuários-cidadãos”. Mesmo os segmentos que, além de acessar e ser implicados cotidianamente pela televisão, analisam-na e demandam-na de outras formas, como os grupos de pesquisa universitários, ONGs e sindicatos ligados à comunicação, não encontravam espaço para uma intervenção mais reconhecida pelo Estado. Naquele momento, importante registrar, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), a mais importante frente de entidades civis que incidia nas questões relativas à radiodifusão e às telecomunicações no país, passava por uma fase de profunda dispersão organizativa, situação que começaria a melhorar parcialmente exatamente a partir do final de 2001. No ano seguinte, o grupo Abert/SET concluiu, além de estudos técnicos, análises econômicas sobre os impactos de cada um dos sistemas recomendados pelo setor de Radiodifusão da União Internacional de

---

modelo europeu, norte-americano e inclusive no japonês original”, estimavam André Barbosa Filho e Cosette Castro (2009, p. 70) três anos após o governo brasileiro haver decidido pelo ISDB-T, em detrimento das normas da Europa e dos Estados Unidos e, sobretudo, do desenvolvimento de um sistema nacional, como será narrado a seguir.

146 *Orthogonal Frequency Division Multiplexing - Band Segmented Transmission*.

147 Na Consulta Pública realizada entre abril e junho de 2001, os itens que mais receberam contribuições foram evolução tecnológica e aplicações (16% das manifestações); produção industrial e padronização (15%); e modelo de negócios (14%). Aparentemente, a produção de conteúdos diferentes e a democratização da radiodifusão não eram acolhidas nos comentários feitos sobre os documentos apresentados pela Anatel, o que já indicava um distanciamento dos movimentos sociais da área em relação à autoridade reguladora (Anatel, 30 ago. 2001).

148 Também em 2001, desta vez um pouco antes, em fevereiro, “uma delegação de radiodifusores, órgãos reguladores e representantes dos governos do Paraguai, Uruguai e Argentina, a convite da Anatel, veio ao Brasil no fim de fevereiro para conhecer os primeiros resultados e o desenvolvimento dos testes de TV digital no País. A delegação assistiu a palestras técnicas sobre a tecnologia e o funcionamento dos três sistemas testados. As palestras foram feitas no CPqD, em Campinas, por especialistas da própria fundação, do grupo SET/Abert e por técnicos da agência reguladora” (ENFIM, o relatório. **TelaViva**, ano 13, n. 91, mar. 2004, p. 04, grifo original).

Telecomunicações (UIT-R). Terminados os trabalhos, o grupo dava como certa a escolha se daria entre as normas europeia e japonesa, com vantagem para a última, entre outros motivos, porque o DVB previa a utilização de uma banda de 8 MHz por canal, diferentemente do Brasil, que usa 6 MHz. “Se nenhuma grande pedra surgir pelo caminho, até o final deste mês será conhecido o sistema que será adotado por aqui. A proximidade da data faz aumentar a temperatura entre os fabricantes de eletroeletrônicos”, afirmava o repórter Beto Costa, ainda em 2000<sup>149</sup>. Seria essa a tônica das posições empresariais sobre a digitalização da TV nos dois anos seguintes, período em que os empresários estavam mais preocupados com o crescente e descontrolado endividamento da radiodifusão, buraco em que se meteram todos, inclusive a poderosa Globo, levando a alterações na condução administrativas das emissoras e até na Constituição do país. Eles estavam mais preocupados em saber como se daria a entrada dos “dólares” para salvar o mercado de televisão<sup>150</sup>.

Chegava 2002 – e, com ele, o fim dos oito anos do governo de Fernando Henrique Cardoso (PSDB), nos quais houve todo o processo de redimensionamento do regime público das telecomunicações, tornando-se um serviço com metas de universalização regradas pelo mercado. Na radiodifusão, apesar de manter a relação colaboracionista com os concessionários de rádio e de televisão, a gestão federal tentou, pelo menos durante a titularidade de Sérgio Motta (morto em 1998) no Ministério das Comunicações (Minicom), iniciar o debate sobre a atualização do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), de 1962. Apesar do nome, o CBT já não regulava mais justamente as telecomunicações (serviços de telefonia, TV por assinatura e Internet), normatizada pela citada Lei Geral das Telecomunicações (LGT), de 1997. Em pouco mais de três anos, Motta, que já havia sido responsável por uma das mudanças<sup>151</sup> mais significativas na regulação do setor, a introdução das licitações no processo de outorga<sup>152</sup>, apresentou ao governo pelo menos seis versões do que seria a nova “Lei da Mídia Eletrônica de Massa”, o que, nas palavras dele, consolidaria um novo “marco regulatório” para o setor (Lima, 2012, p. 133). O sucessor de Sérgio Motta, ainda no governo FHC, Pimenta da Veiga, foi responsável por uma sétima versão, que chegou a ser colocada

149 COSTA, Beto. O padrão e a telinha. **TelaViva**, ano 09, n. 92, abr. 2000, p. 16.

150 COMO entrarão os dólares. **TelaViva**, ano 11, n. 120, set. 2002, p. 32.

151 À licitação de outorgas se junta a Emenda Constitucional nº 36, aprovada em maio de 2002, que permitiu a participação de capital estrangeiro nas empresas de radiodifusão na proporção de 30%. Antes resistentes à ideia, os partidos mais progressistas, liderados pelo PT, negociaram o apoio em troca da instalação do Conselho de Comunicação Social (CCS), que, previsto na Constituição de 1988, já havia sido inclusive regulamentado pela Lei nº 8.389/91, sancionada por Collor. No mês da aprovação da emenda, Lula já era o pré-candidato favorito nas pesquisas de opinião para a eleição presidencial daquele ano. O Governo FHC publicou ainda, já no final da gestão, em outubro de 2002, a Medida Provisória 70, que regulamentou a entrada de capital estrangeiro e também flexibilizou alguns limites à concentração das outorgas de televisão (ZANATTA, Carlos Eduardo; POSSEBON, Samuel. Xadrez da Mídia. **TelaViva**, ano 11, n. 122, nov. 2002, p. 12).

152 Com a instituição dos Decretos nº 1.720/95 e nº 2.108/96, foram alterados diversos pontos do regulamento do CBT, que datava de 1963. “A mudança mais importante ocorreu em seu Art. 10 – a partir daquele momento, a outorga de radiodifusão comercial seria “precedida de procedimento licitatório, observadas as disposições legais e regulamentares” (Lopes, 2008, p. 02). O procedimento licitatório, no entanto, é alvo de constantes críticas, como ocorre no artigo citado, por não ter alterado tanto as relações de trocas e favores que sempre condicionaram as outorgas de concessões e permissões de radiodifusão.

em consulta pública, mas também evoluiu ao ponto de agendar o Congresso Nacional ou o próprio Governo Federal, que tinha na base de apoio nomes de peso da categoria de políticos radiodifusores como José Sarney e Antônio Carlos Magalhães. Juarez Quadros<sup>153</sup>, o último ministro das Comunicações de FHC, ainda deixou para o governo seguinte uma oitava edição desse anteprojeto de lei, que engavetado por Miro Teixeira, primeiro ministro de Lula, porque, pelo menos nos dois anos seguintes, a necessária revisão do marco regulatório das comunicações não seria uma agenda pública para o Governo Federal. Em resumo, enquanto oferecia participações estereis e especulava com abstracionismos jurídicos para o grande público, o Estado brasileiro garantia aos empresários e a seus respectivos tecnocratas, de dentro ou de fora do governo, a direção das políticas de comunicação do país, o que incluía, decerto, as definições relativas à implantação da TV digital, item que era central naquele momento.

### 3.2 O SBTVD: a televisão entre o futuro e o pretérito

Em 2003, o recém-empossado presidente Luiz Inácio Lula da Silva, eleito com base no discurso de opositor histórico do governo anterior, apresentava-se como portador de promissoras soluções para demandas de toda ordem, invocando o sentimento de ruptura, ainda que parcial, em vários segmentos da sociedade. Não seria a comunicação, com todo o repertório singular de imutabilidade das arquiteturas de poder, que passaria à margem desse ambiente político inédito no país. Exemplo disso é o histórico institucional do FNDC<sup>154</sup>, que localiza a retomada da atuação da entidade no “momento histórico em que um projeto nacional de caráter popular chega ao poder da administração pública federal”. Na esteira da nova gestão, vários nomes de referência nacional, que antes estavam do outro lado das negociações, foram convidados a compor um governo inspirado na tradição do campo “democrático-popular” brasileiro, que reunia partidos, grupos políticos e movimentos populares de matrizes que iam de socialistas e comunistas a nacionalistas desenvolvimentistas, setores de vertentes bem diferentes que costumam ser qualificados genericamente de “progressistas”. No início do Governo Lula, ainda se sedimentavam as decisões

---

153 A trajetória das políticas de comunicação no Brasil evidencia perenidade da preocupação perene dos empresários sobre a possibilidade, mesmo distante, de qualquer governo levar à frente a tentativa de revisar a regulação da radiodifusão. Mesmo com a acentuada proximidade da gestão de Fernando Henrique Cardoso, “Abrindo o seminário, Juarez Quadros, secretário-executivo do Ministério das Comunicações [ocupado por Pimenta da Veiga, PSDB-MG], noticiou a proximidade dos resultados dos editais de radiodifusão, de onde sairão novas emissoras do Brasil. O ponto da palestra de Quadros que mais chamou a atenção, porém, foi a elaboração da Lei de Comunicação Eletrônica de Massa. O secretário-executivo avisou que esta ainda está em sua etapa inicial, e ouviu dos presentes insistentes pedidos de participação na elaboração da lei. Os *broadcasters* demonstraram preocupação em conhecer o texto provisório da lei antes mesmo que ela seja publicada para consulta pública no Diário Oficial da União. Segundo eles, isto é importante porque, uma vez publicado o texto para consulta, não há garantia de que as sugestões sejam aceitas pelo Minicom” (KOLESKI, Fábio. O duro caminho da regionalização. **TelaViva**, ano 07, n. 71, jul. 1998, p. 14).

154 FNDC. Quem somos. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

tomadas por FHC/Juarez Quadros e pelo Congresso Nacional na corrida para amenizar o sufoco financeiro por que passavam as emissoras – todas, sobretudo o episódio da abertura ao capital estrangeiro, com a participação decisiva do PT, marcadamente do então líder da oposição na Câmara, o ex-deputado e atual senador pela Bahia Walter Pinheiro. “Ajuda, mas não resolve. Mesmo com regras mais flexíveis, mídia precisará do PT em 2003”, dizia a capa da revista *TelaViva*, em novembro de 2002, sobre a Medida Provisória nº 70, que regulamentava. O alerta acusava a fragilidade econômica e política dos radiodifusores e dava a dica de como seria o início do relacionamento da “grande mídia” com o partido e o candidato eleito – outrora temidos – que chegariam ao poder federal no ano seguinte.

Lula chegou ao governo escorado na “Carta ao Povo Brasileiro”, publicada na abertura da eleição, que pregou “paz e amor” à banca financeira interna e externa, e nos sequenciados acordos que garantiram certa benevolência da cansada Abert<sup>155</sup>, o presidente só não estava tão interessado em colocar discordâncias muito relevantes sobre a regulação da economia e da comunicação, batendo de frente com esses setores. Enquanto o Ministério da Cultura já despontava como o *locus* primário de promoção de avançadas políticas que extravasavam a abrangência da pasta, com políticas tangenciais à comunicação, a curta gestão de Miro Teixeira (PDT-RJ) – até o início de 2004 –, ao contrário, não gerou<sup>156</sup> exatamente qualquer reviravolta nas políticas de comunicação, senão por um ponto específico, em especial: o surpreendente redirecionamento da postura do executivo na condução da política de TV digital, que antes dava mais protagonismo à Anatel do que à própria administração direta. O ministro e sua equipe se inquietavam com um impasse muito bem exposto por Regina Mota e Takashi Tome (2005, p. 81-82) no auge das discussões sobre a TV digital: se existiam três sistemas “desenvolvidos, testados e bem documentados”, e todos os caminhos possíveis se mostravam já provados, poderia parecer “tolice” o governo decidir buscar encarar desafios que já haviam sido enfrentados “Entretanto, o cenário é bastante promissor”, indicavam àquela época. O otimismo ainda era resultado do cenário que começou a ser construído ainda no primeiro ano de governo, quando o presidente publicou o Decreto nº 4.901, de 26 de novembro de 2003, que instituiu o Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD).

O decreto, além de nortear a transição do sistema analógico para o digital, deixou claro que esse avanço tecnológico não se restringiria a uma simples troca de equipamentos. A preocupação com a inclusão social por intermédio da TV e com o desenvolvimento da

---

155 Além da crise, a entidade teve de enfrentar cisões internas causadas pelas discordâncias quanto ao ingresso de capital estrangeiro, ocasionando uma fratura exposta que deu origem à pequena Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra), composta basicamente pela Rede Bandeirantes e pela Rede TV!.

156 Pelo contrário, como comprova o caso específico da criminalização e da perseguição, pela Anatel e pela Polícia Federal, às rádios comunitárias. “No primeiro ano da gestão do PT – partido historicamente ligado à defesa de rádios comunitárias –, cresceu em cerca de 17% o número de emissoras fechadas pela Anatel (órgão ligado ao governo federal). Foram 2.759, contra 2.360 em 2002” (MATTOS, Laura. Na era Lula, sobe o número de rádios fechadas. **Folha de S. Paulo**, 28 jan. 2004. Ilustrada. Disponível em: <<http://bit.ly/Y1OZ3I>>. Acesso em: 02 mar. 2013).

indústria nacional estava entre os principais objetivos. O decreto deixou claro que a TV digital seria uma ferramenta com finalidades sociais, não uma simples evolução tecnológica que atende apenas a interesses mercadológicos ou econômicos (Montez; Becker, 2005, p. 135).

Em parte, o entusiasmo era explicado pelo teor que traziam os documentos oficiais. O mote mais destacado do decreto de 2003 era o comprometimento do projeto da TV digital com a promoção das inclusões “social” e “digital”, como previa a Exposição de Motivos que acompanhava o decreto. No ato, o Governo Federal definiu onze objetivos para o SBTVD, a maioria com implicações sociais ou culturais, como “promover a inclusão social”, “estimular a diversidade cultural” e a “expandir a educação a distância”. “Isso é ver a televisão não como um mero entretenimento, mas como um instrumento de inclusão social”<sup>157</sup>, defendia o então secretário de Telecomunicações do Minicom, Pedro Jaime Ziller de Araújo. Não era para tanto. Porém tampouco se tratava de uma medida irrelevante: o decreto não trouxe resultados mais concretos num primeiro momento, mas o certo é que, com a constituição do sistema, o executivo tornou-se o centro difusor das decisões sobre a TV digital brasileira, a partir de então conhecida pelo acrônimo “SBTVD”. Nas palavras de Sayonara Leal e Eduardo Raupp de Vargas (2011, p. 262), o Decreto “refletiu o desejo do governo de organizar a controvérsia [tecnológica], estabelecendo objetivos, forma de gestão e mecanismos de implementação de estudos, pesquisas e do próprio debate”. É sintomático, por exemplo, que os trabalhos do grupo Abert/SET<sup>158</sup> só tenham durado até a publicação do decreto. Depois da instalação do sistema, o epicentro gerador de políticas passou a ser o Estado, obrigado (ao menos formalmente) a respeitar princípios públicos e democráticos, e não um grupo que operava estritamente a partir de interesses privados. “Durante este período houve diversas reuniões entre os grupos de trabalho, emissoras de TV e especialistas da SET para a análise e avaliação dos resultados encontrados pelos consórcios. A conclusão: o sistema ISDB-T foi o que melhor atendeu as premissas do governo, o que reforçou os resultados obtidos pelos testes realizados pelo grupo Abert/SET”, diz Valderez Donzelli (2010). Pesavam contra esse entendimento pesquisas elementares sobre os principais sistemas tecnológicos de TV digital, a depender dos interesses que motivavam cada estudo. De acordo com o CPqD (2005, p. 29), em 2005, o padrão DVB-T dava suporte tecnológico para plataformas de TV digital terrestre comercial num número maior de países do que os demais padrões. No entanto, as somas das populações dos países atendidos naquele ano pelo estadunidense ATSC e pelo europeu DVB-T alcançavam números

---

157 Frase proferida em entrevista concedida à revista TI em novembro de 2003 (Cabral Filho; Taveira Cabral, 2005, p. 163). Ex-sindicalista do setor de telecomunicações, Pedro Ziller ainda seria presidente da Anatel por um ano, em 2004, durante a gestão de Eunício Oliveira (PMDB-CE) no Ministério das Comunicações, ainda que tenha sido indicado por Miro Teixeira pouco antes de este deixar a pasta.

158 Em 2003, o grupo Abert/SET ainda firmou novo acordo de cooperação técnica com a Mackenzie, desta vez para avaliar a evolução dos mesmos três sistemas de TV digital, mas a experiência não passou daquele ano.

semelhantes. O sistema japonês, entretanto, só era empregado no país de origem.

Independentemente das consequências que a medida traria anos depois, o maior mérito da atitude de Miro Teixeira parece mesmo ter sido espaço para que as pessoas pudessem “opinar e participar do processo de construção” da tecnologia (Mota; Tome, 2005, p. 83). Havia, porém, certa desatenção ou mesmo ingenuidade na análise da conjuntura política. Ao tratar da TV digital, Adilson Cabral Filho e Eula Dantas Taveira Cabral (2005, 162) avaliavam que, ao contrário do que ocorria no governo de Fernando Henrique Cardoso, no qual “os *lobbies* corriam soltos”, e “os representantes de cada sistema tentavam convencer o governo a adotar sua proposta”, “com o governo do presidente Lula, muita coisa mudou. Exigiu-se que fosse feito um sistema brasileiro e que a sociedade civil estivesse envolvida em todo o processo” (Cabral Filho; Taveira Cabral, 2005, p. 162). Para gerenciar as atividades do SBTVD, foram criados, no decreto, o Comitê de Desenvolvimento, para definir, desenvolver e implementar a base regulatória e executar as políticas necessárias, e o Grupo Gestor, para gerir grupos de pesquisa especializados. Ambos<sup>159</sup> eram compostos integralmente por órgãos governamentais, sem qualquer intervenção da sociedade civil. O decreto previa ainda a criação o Comitê Consultivo, que, este sim, seria composto por representantes de organizações empresariais e de movimentos sociais. O problema é que o Ministério das Comunicações tardaria muito para instalar esse espaço, o que só aconteceu em maio de 2004, já sob a gestão de Eunício Oliveira (PMDB-CE), e, mesmo assim, a partir de 2005, o comitê seria pouco ou nada considerado nos momentos de tomada de decisão mais relevantes.

Os donos e executivos das maiores reles de televisão do país, obviamente, não concordavam com a ideia de criar um sistema nacional, o que adiaria os planos do setor de iniciar a digitalização o quanto antes e ainda poria em risco tanto as relações com a indústria eletroeletrônica quanto o controle das transmissões. Isso porque, a depender da norma escolhida, as emissoras poderiam ficar dependentes de empresas de telecomunicações ou de um operador de rede público para enviar os sinais para fazer com que os sinais digitais chegassem aos telespectadores com mobilidade. No Congresso da SET<sup>160</sup> de 2003, em que o assunto dominante foi a TV digital, como já vinha acontecendo nos anos anteriores, afirmava-se, como resultado dos debates havidos no evento, que “a escolha por um padrão se mostrou difícil de ser concretizada no curto prazo”. “Enquanto o presidente da Anatel, Luiz Guilherme Schymura – ignorando a proposta do governo de criar um novo padrão –, pregava que, com todos os testes que já foram feitos, o governo Lula tem subsídio suficiente para escolher o padrão mais adequado, Marcio Wohlers tentava defender o governo”,

---

159 De acordo com o Decreto nº 4.901/03, o Grupo Gestor e o Comitê de Desenvolvimento eram integrados por representantes do Ministério das Comunicações, na presidência; Casa Civil da Presidência da República; Ministério da Ciência e Tecnologia; Ministério da Cultura; Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Ministério da Educação; Ministério da Fazenda; Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão; Ministério das Relações Exteriores; e da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República.

160 TV de alta indefinição. *TelaViva*, ano 12, n. 132, out. 2003, p. 26.

narrava a matéria. Segundo Wohlers, que era assessor especial do ministro Eunício Oliveira, o Minicom estava se esforçando para desenvolver o sistema nacional para com o objetivo de reduzir a dependência tecnológica do Brasil “reinsere a ciência e a tecnologia brasileiras nos consórcios internacionais”.

A reação vinha em bloco: de um lado, Roberto Franco, que presidiu a SET de 2002 a 2008, questionava o representante do governo sobre quais seriam as vantagens de criar uma norma brasileira; de outro, Fernando Bittencourt, diretor geral da Central Globo de Engenharia, afirmava que o Brasil não teria capacidade de fabricar circuitos integrados e, por isso, o “melhor” era fazer uso da escala mundial dos outros sistemas de TV digital. Já em 2005, Carlos de Brito Nogueira<sup>161</sup>, também da Globo, dava vazão ao mesmo discurso de Bittencourt, ainda que de um modo mais moderado. Ele demonstrava preocupação se as vantagens resultantes da comparação entre “a redução dos *royalties* do sistema próprio” e “o que seria ganho com uma simples negociação internacional” valeriam realmente a pena se confrontados com o prazo para implantação e com a disponibilidade e os preços de componentes, entre outros. “São temas que podem tornar inviável a ideia do sistema brasileiro”, concluía. Como justificativa final, Nogueira (2005, p. 167-168) emendava com a “missão” da TV aberta que todos os radiodifusores e executivos do setor levam consigo nos discursos: “a TV digital continuará sendo radiodifusão, [com] um conteúdo de alta qualidade, de forma livre e gratuita, para a enorme maioria da população brasileira”, sem indicar, sintomaticamente, outras características, como interatividade e multiprogramação, que antes, especialmente nos anos 1990, eram amplamente anunciadas como grandes vantagens competitivas da era digital da televisão. Romero Vieira da Rosa, gerente de tecnologia da RBS<sup>162</sup> de Santa Catarina, não aliviava sequer o então ministro: “Miro Teixeira disse que está sendo desenvolvido um sistema brasileiro. Não sei se seria só uma perda de tempo. É perda de tempo e de dinheiro” (Rosa, 2005, p. 175), vaticinava, sem qualquer preocupação com a pesquisa e o desenvolvimento nacionais.

Os empresários já deixavam claro, portanto, que não havia muito espaço para estimular apostas mais promissoras na transição tecnológica, e, apesar das esperanças alimentadas por parte da academia e por segmentos dos movimentos sociais, não era exatamente consensual a compreensão de que implementação do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) seria, inexoravelmente, responsável por um futuro muito diferente para a televisão aberta no Brasil. Frente ao histórico e ao diagnóstico do mercado de radiodifusão do país, a inovação de padrões técnicos de geração, transmissão e recepção de televisão não resultaria numa “quebra de

---

161 Assessor da vice-presidência de engenharia no planejamento estratégico tecnológico da Rede Globo. Em 2005, era também consultor de planejamento e controle do grupo Abert/SET.

162 Afiliada da Rede Globo.

paradigma” mesmo para alguns pesquisadores que, contraditoriamente, descreveram de forma superlativa as possibilidades reais que teria a digitalização da TV. Os novos padrões e formatos não diluem nem “pulverizam” a audiência, mas a reposiciona no modelo de negócio da radiodifusão. “Não há uma ruptura em relação à tecnologia anterior; há, sim, uma evolução dos mesmos paradigmas, possibilitando que a tecnologia se renove e se apresente em novas roupagens” (Almas; Joly, 2009, p. 74 e 76). A televisão já passou por outros momentos de mudanças, que acabaram sendo tecnológicas, a exemplo do surgimento da então “televisão de alta definição”, de 405 linhas, em Londres, em 1935, e do aparecimento da resolução de 819 linhas, na França, em 1949. Posteriormente, houve ainda a passagem da imagem em preto-e-branco para a TV em cores, em cujo processo que, em tese, poderia ser simples, o mercado mundial acabou sendo fracionado em três diferentes padrões técnicos: o estadunidense NTSC, o francês Secam<sup>163</sup> e o alemão PAL<sup>164</sup> (Dantas, 2007, p. 51). Na corrente que se formava, a ideia de que, diferentemente de tudo o que ocorrera antes com a televisão, a transição do analógico para o digital seria “mais do que uma simples substituição da transmissão” foi acolhida por diferentes formuladores, entre pesquisadores mais críticos ou mais entusiastas da tecnologia como *leitmotiv* das transformações ocorridas na área da comunicação. Com a nova orientação, o governo estaria, também, ressignificando o papel da televisão na sociedade brasileira “como plataforma para inclusão social e para a redução das desigualdades de informação, educação e renda experimentadas pelo país” (Martins; Holanda, 2005, p. 174).

As análises e as conclusões em torno dessa mudança, entretanto, não eram uníssonas. Traziam, também, uma perspectiva menos afeita à “tecnofilia” que cercava as abordagens de outros segmentos de pesquisadores. Sérgio Capparelli e Suzy dos Santos (2005, p. 09) visualizavam na plataforma digital de televisão “mais do que uma opção tecnológica”, já que teria efeitos sociais, políticos e econômicos. Isso não era difícil de identificar. Até o governo isso, em declarações à imprensa e no próprio ato originador do SBTVD. Contudo, destacavam, a questão precisava ser vista a partir da instância econômica, na qual poderia ser decomposta “em diversas camadas, por se manifestar de formas diferentes, através de suas tecnologias, dos atores participantes, da regulação e até mesmo da concentração de propriedade, que inutiliza a vantagem tecnológica da multiplicação de canais” (Capparelli; Santos, 2005, p. 09). Sob esse olhar, a TV digital emerge, antes de tudo, como uma valorização econômica sem, todavia, alterar o substrato regulatório nem o método ou a estrutura de outorgas de radiodifusão. Não obstante esse rígido cenário, pondera Valério Brittos (2009, p. 25), “a cooperação entre Estado e capitais processa-se num nível intenso, mas não único, na medida em que os movimentos de construção da hegemonia requerem negociações e

---

163 *Sequentiel Couleur Avec Memoire.*

164 *Phase Alternation Line.*

incorporação de demandas populares”. Isso explica, mesmo limitadamente, as oscilações progressistas percebidas em governos muito liberais e conservadores, como o de FHC – tópicos específicos da Lei do Cabo, de 1995 (cujo processo foi herdado do governo de Itamar Franco) –, ou “sociais-liberais”<sup>165</sup>, como os de Lula (e de Dilma Rousseff) – a exemplo da criação da Empresa Brasil de Comunicação, em 2007, e da realização da I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), em 2009.

As consequências, dessa vez, não seriam meramente estéticas, mas mudariam “muita coisa na relação que existe hoje entre as empresas radiodifusoras, os produtores de programas e o telespectador” (Dantas, 2008, p. 07). Nesse contexto, importava destacar que as inovações tecnológicas podem permitir “rupturas, ainda que parciais, relativamente aos modos de fazer precedentes, ligadas ao surgimento de novas estéticas e novos modelos de organização do sistema, podendo incluir outras finalidades sociais que não apenas a acumulação do capital por parte da empresa de mídia” (Bolaño; Brittos, 2007, p. 59). De início, mesmo entre os mais rigorosos analistas dos sistemas de comunicação do país, o entendimento era de que a escolha do sistema de TV digital poderia ser “uma oportunidade única e histórica para a democratização da radiodifusão” (Lima, 2006, p. 168). Porém, na digitalização da mídia eletrônica, como em toda etapa de consolidação de tecnologia, há a tendência de que as transformações mais importantes, que incidiriam na propriedade dos meios e no controle dos conteúdos, sejam jogadas a segundo plano, sedimentando-se somente aquelas alterações de ordem mais *cosmética*, que melhoram não só a imagem na televisão, mas a própria apresentação do produto TV posto à venda ao público consumidor. Isso também era percebido pela perspectiva crítica dos estudos sobre a digitalização da televisão, mas o conjunto dos fatos nos dois primeiros anos do Governo Lula evidentemente condicionavam as avaliações, que tinham a tendência de apresentar angulações mais otimistas. Ligado à seara tecnológica, o gerente de Inovação do CPqD à época, Ricardo Benetton<sup>166</sup>, tinha a clareza de que a questão não partia da simples resposta se o Brasil desenvolveria ou não uma norma nacional. Mais ainda, ele avaliava que os condicionamentos da questão tecnológica deveriam ser

---

165 O termo, embora não seja exatamente novo, ganhou mais corpo nos debates entre acadêmicos e ativistas sociais brasileiros com a ascensão do Partido dos Trabalhadores ao poder central em 2002. Intelectuais como Francisco de Oliveira, Ricardo Antunes, Carlos Nelson Coutinho e Paulo Arantes elaborariam, cada um à sua maneira, críticas que colocavam o Governo Lula como uma “continuidade limitada” das duas gestões de Fernando Henrique Cardoso. Esses teóricos e militantes, juntamente com outros igualmente quadros históricos do PT, apoiaram a criação e ingressaram no Partido Socialismo e Liberdade (PSOL). Quanto ao conceito do “social-liberalismo”, “as explicações são, por certo, complexas, mas se encontram em grande medida na contextualidade vivenciada na década dos 90, onde pudemos presenciar movimentos de grande amplitude: 1) a proliferação do neoliberalismo na América Latina; 2) o desmoronamento cabal do ‘socialismo real’ e a prevalência equivocada da tese que propugnava pelo ‘fim do socialismo’; 3) a social-democratização de parcela substancial da esquerda e seu influxo para a agenda social-liberal, eufemismo que a certa ‘esquerda’ usa quando pratica o neoliberalismo” (ANTUNES, Ricardo. **O segundo governo Lula e a desertificação social-liberal no Brasil**. Disponível em: <[http://resistir.info/brasil/r\\_antunes\\_01dez06.html](http://resistir.info/brasil/r_antunes_01dez06.html)>. Acesso em: 10 mar. 2013).

166 Destacado técnico e gestor na área de pesquisa e desenvolvimento de telecomunicações, Ricardo Benetton morreu em junho de 2007, em decorrência de um ataque cardíaco.

amplamente considerados.

A pergunta precisa ser feita ao contrário: para que nós queremos uma TV digital e interativa? Que tipos de serviços nos permitem esse objetivo? Qual o projeto ideal para o Brasil? Só vamos incorporar questão tecnológica a essa discussão quando tivermos essas respostas. [...] O projeto SBTVD atua em duas grandes frentes e de forma simultânea: uma sistêmica, abrangente, procurando responder às questões não tecnológicas. A outra, focada nas provas de conceito de diferentes tecnologias habilitadoras. Em um dado momento, as respostas tecnológicas serão confrontadas com as necessidades advindas da análise sistêmica (Benetton, 2005, p. 142-143).

Liliana Nakonechnyj<sup>167</sup> (2005, p. 170), diretora da Divisão de Engenharia de Telecomunicações da *Rede Globo*, pensava de modo inversamente oposto. “O que nos preocupa no conceito de um padrão brasileiro é o isolamento que ele pode promover, alijando nossa sociedade dos benefícios da redução dos preços e do acesso à evolução da tecnologia”. Acostumados com a interatividade histórica que sempre usufruíram junto ao Ministério das Comunicações e, conseqüentemente, com o alto peso nas definições estratégicas do país na área, os porta-vozes das *majors* nacionais não admitiam ser secundarizados e cobrava do governo maior atenção às posições das emissoras: “é importante que os principais *players* do setor possam participar de sua evolução”, afirmava (Nakonechnyj, 2005, p. 170-171). O curioso é que, embora as declarações sejam de 2005, pelo menos desde 2001/2002, devido a diferentes motivações, como a crise que se agudizou nesse período, a decisão da Abert/SET pelo ISDB e, principalmente, a reabertura da TV digital como agenda pública, os diretores das emissoras passaram a carregar menos a transição de adjetivos positivos, amenizando as possibilidades de transformações nos modos de produzir e de consumir televisão. Isso ficava claro das declarações da diretora da *Globo*: “a rede de TV aberta é unidirecional, feita para transmitir informação para milhões. [...] Não faria sentido montar um modelo baseado no atendimento a demandas individuais” (Nakonechnyj, 2005, p. 171). Carlos de Brito Nogueira, colega de Nakonechnyj na *Globo*, era bem mais objetivo na análise sobre do SBTVD: “passados quatro anos, nada surgiu de novo nos padrões que nos fizesse mudar nossas conclusões. Julgamos que não havia necessidade de ser considerada, pois encontramos tudo o que julgamos necessário para a TV digital brasileira nos padrões internacionais” (Nogueira, 2005, p. 166-167).

Em meio ao bombardeio dos empresários e aos intensos debates entre ativistas, técnicos e pesquisadores, o desenvolvimento do SBTVD progredia. Sucessor de Miro Teixeira, o então deputado Eunício Oliveira (PDMB-CE)<sup>168</sup>, embora fosse proprietário de pelo menos três emissoras

---

167 Funcionária da Rede Globo desde 1979, foi presidente da SET de 2008 a 2012 e integra, desde a criação, o Fórum SBTVD.

168 Desde 2011, é senador pelo PMDB-CE.

de rádio<sup>169</sup> (duas no Ceará e uma em Goiás), não possuía ligação tão próxima com o *mainstream* da radiodifusão do país. Além disso, soube estruturar uma assessoria<sup>170</sup> com forte perfil técnico e acadêmico, o que lhe deu ainda mais proximidade com o projeto de desenvolvimento de um sistema nacional. Em março de 2004, foi realizada a primeira reunião do Comitê de Desenvolvimento do SBTVD, que, mesmo sendo integrado somente por nomes próprio governo, não havia tido nenhum encontro desde a instituição do Decreto, em novembro do ano anterior. Já em maio de 2004, o novo ministro empossou<sup>171</sup> o Comitê Consultivo da TV Digital, composto por 23 entidades que tinham interesse no assunto. Como emissários dos movimentos sociais da comunicação, foram nomeados Alexandre Kieling e Gabriel Priolli (ABTU), da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU); Daniel Herz e Maria José Braga, da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj); e Celso Schröder e Márcio Leal (FNDC), do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC)<sup>172</sup>. Apesar de ser esvaziado e de ter permanentemente os trabalhos sabotados pelo próprio ministério a partir de 2005, o comitê, com a presença de representantes da sociedade civil, serviu como espaço de intensos debates a respeito das posturas adotadas pelo Governo Federal e pelos empresários quanto à implantação da TV digital. Pouco depois, a Anatel concluiu, em julho, o Relatório de Análise das contribuições referentes à Consulta Pública 486, de 19 de dezembro de 2003, documento que continha a proposta de Plano Básico de Distribuição de Canais de Televisão Digital (PBTVD)<sup>173</sup>.

Um dos mais expressivos segmentos que conseguiram intervir diretamente no processo de

---

169 NOVO ministro das Comunicações é dono de emissoras de rádio. **RadioLivre.org**, 23 jan. 2004. Disponível em: <[www.radiolive.org/node/61](http://www.radiolive.org/node/61)>. Acesso em: 15 mar. 2013.

170 É bastante relevante o papel cumprido pelo professor e pesquisador Mauro Oliveira, que foi nomeado por Eunício Oliveira para o cargo de secretário de Telecomunicações do Minicom, função criada por Miro Teixeira para fiscalizar a Anatel (MIRO Teixeira cria secretaria para fiscalizar Anatel. **Portal Terra**, 25 mar. 2003. Disponível em: <[www.terra.com.br/informatica/2003/03/25/000.htm](http://www.terra.com.br/informatica/2003/03/25/000.htm)>. Acesso em: 15 mar. 2013). Oliveira teria, assim, suporte similar que Teixeira havia conseguido, por exemplo, com o professor Marcos Dantas como subsecretário de Planejamento, Orçamento e Administração do ministério em 2003, quando colaborou na redação das primeiras minutas da Exposição de Motivos e do Decreto 4.901/2003.

171 CONSELHO [sic] Consultivo do Sistema Brasileiro de TV Digital toma posse amanhã. **Agência Brasil**, 19 mai. 2004. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2004-05-19/conselho-consultivo-do-sistema-brasileiro-de-tv-digital-toma-posse-amanha>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

172 Também integravam o Comitê Consultivo do SBTVD as seguintes entidades: Associação Brasileira de Educação a Distância (Abed); Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert); Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee); Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT); Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA); Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec); Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros); Federação Interestadual dos Trabalhadores em Telecomunicações (Eletros); Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (SET); Rede de Informações para o Terceiro Setor (Rits); Instituto de Defesa do Consumidor (Idec); Sociedade Brasileira pelo Progresso da Ciência (SBPC); Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica (Abipt); União Nacional de Emissoras e Redes de Televisão (Unert); Associação Brasileira dos Produtores Independentes de Televisão (AbpiTV); Sociedade Brasileira de Telecomunicações (SBRT); Sociedade Brasileira de Computação (SBC); Sociedade para Promoção da Excelência do Software Brasileiro (Softex); Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação, Software e Internet (Assespro).

173 A proposta contemplava todas as localidades brasileiras que possuíam, até maio de 2003, pelo menos uma estação geradora de televisão outorgada; abrangia, também, as localidades com população acima de cem mil habitantes (Anatel, 2004).

debate político (também técnico) e produção técnica (igualmente política) foi o de pesquisa e desenvolvimento tecnológico, especialmente as universidades<sup>174</sup>. Ainda em maio de 2004, os ministérios da Comunicação e da Ciência e Tecnologia, a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e o Fundo Nacional de Telecomunicações (Funtel) publicaram editais com o duplo objetivo de selecionar projetos em várias áreas de conhecimento, abrangendo desde aspectos de usabilidade e de interatividade até os subsistemas que deveriam compor SBTVD (Martins; Holanda, 2005, p. 178). Com 82 instituições habilitadas de um total de 90 candidatas, foram divulgados mais de 19 editais, chamadas de carta-convite. No total, estão envolvidas 79 instituições no desenvolvimento do SBTVD, congregando mais de 1.200 pesquisadores (Montez; Becker, 2005, p. 136). Os 22 consórcios consolidados envolveram mais de mil pesquisadores e uma verba que era prevista em pelo menos R\$ 65 milhões (Bolaño; Brittos, 2007, p. 164), apesar de não ser saber, ao certo, quanto desse montante foi efetivamente executado. O Comitê de Desenvolvimento do SBTVD foi responsável pela coordenação geral, com o apoio técnico-financeiro da Finep e do CPqD<sup>175</sup>. Daquele momento até o final de 2005, as dezenas de universidades e institutos de pesquisa brasileiros que davam sustentação aos projetos buscaram desenvolver um sistema próprio de tecnologia para a TV Digital, o que mobilizou a comunidade científica nacional a organizar-se em torno do desafio de pesquisar e o desenvolver um padrão brasileiro, a partir de editais públicos lançados pelo governo. Esse empreendimento, assentado sobre um modelo descentralizado de desenvolvimento de componentes a partir dos sistemas já existente, de acordo com Valério Brittos (2008, p. 152), tinha o objetivo de “baratear custos, adaptar o modelo nacional de TV digital às necessidades da sociedade brasileira e estimular o avanço da inteligência do país”.

O relatório da pesquisa sobre o Direito à Comunicação no Brasil, coordenado pelo Intervezes em 2005 e finalizado antes da definição do modelo adotado, indicava questões estratégicas que precisavam ser definidas (e ainda permanecem em aberto): criação de políticas para

---

174 Merecem menção especial a Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), que, além de liderar grande parte dos projetos, foram as instituições responsáveis pelo desenvolvimento do *middleware* brasileiro Ginga. Esse produto acabou se tornando peça-chave na formatação do sistema de TV digital, permitindo, quase como um álibi, que a norma do SBTVD pudesse ser adjetivada como “nipo-brasileira”.

175 Em outubro de 2004, o CPqD publicou o estudo “Cadeia de Valor” da TV digital, que identificou a participação e a inter-relação dos diferentes atores nesse mercado, caracterizar o fluxo e a distribuição de receitas ao longo de todo o processo produtivo. A pesquisa trazia uma análise do mercado nacional, apresentava expectativas e percepções dos agentes quanto à TV Digital e prospectava cenários possíveis para a cadeia de valor da TV Digital, caracterizando a composição dessa nova arquitetura. (Domingues-da-Silva, 2011, p. 112). Em maio de 2005, representantes da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) e do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) no Comitê Consultivo do SBTVD publicaram uma avaliação desse estudo do CPqD em que criticavam grande parte das conclusões do documento. “Trata-se de um retrocesso a reivindicação ou a aceitação de que a TV digital terrestre brasileira apresente menos características do que: alta definição, múltipla programação, recepção móvel, recepção portátil, interatividade, multisserviços e robustez nos sinais”, apontavam (KIELING, Alexandre; PRIOLLI, Gabriel; HERZ, Daniel; BRAGA, Maria José; SCHRÖDER, Celso; LEAL, Márcio. **Avaliação do Documento “Cadeia do Valor”**. Brasília: FNDC, Fenaj, ABTU, 03 mai. 2005. Disponível em: <[http://www.fndc.org.br/internas.php?p=listdocumentos&categ\\_key=52](http://www.fndc.org.br/internas.php?p=listdocumentos&categ_key=52)>. Acesso em: 05 mar. 2013).

a produção de conteúdo digital direcionadas primordialmente para os segmentos não-comerciais; definição de um novo marco regulatório e reposicionamento equilibrado dos sistemas público, estatal e privado – que está em debate no momento, com a possibilidade de formulação de uma nova Lei Geral das Comunicações. Com a mudança, são proporcionados ganhos em termos de qualidade de vídeo e áudio, aumento da oferta de programas televisivos e novas possibilidades de serviços e aplicações. Portanto, a TV digital estaria vinculada à tese de que, do ponto de vista tecnológico (e político), permitiria não somente a participação das pessoas no acesso, como telespectadoras – ou “usuárias” –, mas também como potenciais produtoras de conteúdo, que poderia ser acessado a qualquer tempo, numa perspectiva horizontalizada de comunicação. A inserção de novos atores sociais como sujeitos do direito à comunicação, sobretudo a maioria social que está à margem de qualquer forma de controle dos processos decisórios, deve ser vista com toda a sensibilidade em qualquer definição de políticas de comunicação. Essa compreensão tem ainda mais relevo porque é a esse público, privilegiadamente, que os proprietários das empresas e os gestores governamentais se reportam quanto justificam suas ações, seja pelo apelo à audiência (empresas), seja pela prometida melhoria no serviço de uma concessão pública (Estado).

No período de 1999 a 2004, a crise econômica não afetava os empresários apenas financeiramente. A organização dos empresários, que marchavam unidos desde criação da Abert, em 1962, deteriorava-se em consequência do “continuado suporte financeiro do Estado às Organizações Globo” e das negociações para aprovação da Emenda Constitucional que permitiu a entrada do capital (Lima; Guazina, 2004). Assim, três das quatro maiores redes – Bandeirantes, Record e SBT – criaram<sup>176</sup> a União de Redes e Emissoras de Televisão (UneTV) em março de 2002. Logo depois, em julho do mesmo ano, após uma rápida costura política, a Record<sup>177</sup> voltou<sup>178</sup> a filiar-se à Abert. Mas não ficaria muito tempo na antiga entidade: em fevereiro de 2004, emissora paulista renunciou à vice-presidência da Abert por discordar da postura da entidade com relação à destinação de verbas do programa de socorro à radiodifusão do BNDES, conhecido como “Pró-Mídia”. O argumento<sup>179</sup> da *Record*, inspirado por grande respeito com a *coisa pública*, era de que o Estado não deveria “pagar por falhas e erros de gestão em vez de [o dinheiro público] ser revertido

---

176 LOBATO, Elvira. Rompidas com Abert, redes de TV vão criar nova entidade. **Folha de S. Paulo**, 1º mar. 2002. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0103200223.htm](http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0103200223.htm)>. Acesso em: 15 mar. 2013.

177 A Record havia se desligado bem antes, em 1997. Dois anos depois, era a vez de o SBT sair da entidade principais dos radiodifusores (SBT anuncia seu desligamento da Abert. **Diário do Grande ABC**, 16 nov. 1999. Disponível em: <<http://www.dgabc.com.br/News/9000072328/sbt-anuncia-seu-desligamento-da-abert.aspx?ref=history>>. Acesso em: 15 mar. 2013).

178 MATTOS, Laura. Record rompe com SBT e Band e volta a se aliar à Globo na Abert. **Folha de S. Paulo**, 18 jul. 2002. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1807200204.htm](http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1807200204.htm)>. Acesso em: 15 mar. 2013.

179 CRISE na TV: Record renuncia à vice-presidência da Abert. **Bahia Negócios**, 20 fev. 2004. Disponível em: <<http://www.bahianegocios.com.br/sem-categoria/crise-na-tv-record-renuncia-a-vice-presidencia-da-abert>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

em benefícios diretos ou indiretos à sociedade como avanços tecnológicos e geração de emprego”. Já em novembro de 2004, aproveitando-se do contexto divisionista, Bandeirantes, SBT e Rede TV! anunciaram a fundação da Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra), enquanto a Record preferiu fortalecer a Associação Brasileira de Rádio e Televisão (Abratel), integrada pela rede de Edir Macêdo e afiliadas. Mais recentemente, em outubro de 2012<sup>180</sup>, igualmente insatisfeita com a atuação da Abert – que estaria, mais uma vez, privilegiando as Organizações Globo –, a Rede Record oficializou a desfiliação da entidade, voltando-se para a Abratel. Hoje, o SBT ainda integra a associação mais tradicional, e a Band e Rede TV! buscam fortalecer a Abra. No entanto, um dos episódios nesse novelesco vaivém da Record junto à Abert, em novembro de 2006, SBT e Record voltaram<sup>181</sup> à Abert justamente no contexto da vitória dos radiodifusores no processo de escolha do sistema de TV digital, já que todos – Abert, Abra e Abratel – convergiram politicamente para a norma japonesa. Se dessa vez a exclusão da Record do quadro social da Abert é definitiva, não se sabe. No entanto, os breves, mas decisivos momentos de articulação política, de realização de consenso e de tomada de posição no contexto da TV digital – assim como ocorreu no ápice da crise de 2001/2002 – evidenciam que os empresários podem até prescindir, com relativa facilidade, da unidade organizativa, mas isso não os impede de garantir ações muito bem coordenada. Esses dois exemplos respondem bem à colocação de Ben Bagdikian<sup>182</sup> de que

não é necessário para uma única *corporation* ser proprietária de tudo para ter poder de monopólio. Nem é necessário evitar certos tipos de competição. Tecnicamente, as empresas dominantes de mídia são oligopólios – a regra de uns poucos na qual qualquer um desses poucos na qual qualquer um desses poucos, agindo isoladamente, pode alterar as condições de mercado [...]. Mas, quando se trata do interesse do seu cartel, [...] eles falam com uma só voz. [...] As poucas escolhas que os grupos dominantes oferecem ao país não são o resultado de uma conspiração. Os membros dos grupos dominantes de mídia não sentam ao redor de uma mesa alocando participação no mercado, preços e produtos [...]. Eles não precisam fazer isso. Eles já compartilham os mesmos métodos e objetivos (Bagdikian *apud* Lima, 2012, p. 169).

Não obstante toda essa coordenação do empresariado na incidência das principais pautas das comunicações do país, decerto que contribui – e muito – para os objetivos comerciais a presença, no interior do Estado, de um *agente* que, longe de ser ponderado e, menos ainda, contrário aos interesses dos *players* do setor de radiodifusão, atua proativamente em consonância com os grupos privados. O melhor momento para garantir essa operação por dentro do governo era aquele, quando, em julho 2005, os empresários (e o PMDB), aproveitando-se da crise política que sangrava o

180 O ponto de reclamação mais destacado era o fato de a empresa controlada por Edir Macêdo não integrar o Conselho Superior da Abert desde 2010. As repetidoras da emissora já não faziam parte da entidade. A cabeça de rede passou a ser representada pela Abratel, que já congregava outras filiais do grupo (Record deixa a Abert. **Telesintese**, 29 out. 2012. Disponível em: <[www.telesintese.com.br/index.php/plantao/21035-Record-deixa-a-abert](http://www.telesintese.com.br/index.php/plantao/21035-Record-deixa-a-abert)>. Acesso em: 15 mar. 2013).

181 Depois, como dito, a Record sairia novamente, mas o SBT permaneceu (ABERT. **Reunião anuncia volta do SBT e Record à Abert**, 17 nov. 2006. Release. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/site/images/stories/releases/releaseabert1711.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2013).

182 BAGDIKIAN, Ben. *The New Media Monopoly*. Beacon Press, 2004. p. 4-5 e 7.

Governo Lula, trabalharam para colocar Hélio Costa (MG), ex-funcionário da *Rede Globo* e também radiodifusor, no Ministério das Comunicações. Com a nova gestão, vencidas as resistências dos setores mais moderados, mas ainda apoiadores do SBTVD original (a exemplo de Eunício Oliveira), os setores partidários do sistema nacional começaram a perder o restante de força política que ainda mantinham, tendo pouca interferência na decisão final do governo.

Desde sua posse ministerial, até o encerramento dos trabalhos do SBTVD, Costa mostrou desinteresse pela pesquisa nacional sobre TV digital, passando a conversar diretamente com os empresários de radiodifusão, apesar de eles já estarem representados no Comitê Consultivo do Sistema, onde os demais setores sociais também estavam presentes, e emitiu frases como “quem é que vai colocar a TV digital no ar? São as empresas. São elas que vão realmente fazer o trabalho” e “há necessidade de preservar os direitos já adquiridos e não mexer nas frequências e nos canais já estabelecidos” (Brittos, 2008, p. 153).

A implantação da TV digital no Brasil foi, de fato, consolidada num período marcado por uma aguda crise política<sup>183</sup> (2005) e por um ano eleitoral (2006), que chega pautado, desde o início, por intensas e não muito claras negociações que selariam o destino da TV aberta brasileira – pelo menos sob o aspecto tecnológico. Ainda no final de janeiro de 2006, a Associação Brasileira de Telecomunicações<sup>184</sup> (Telebrasil) entregou o ministro Hélio Costa uma carta em que solicitava a “devida maturação da decisão quanto ao padrão tecnológico do SBTVD, para permitir maior participação [...], inclusive no que se refere às questões da mobilidade, da interatividade e da produção nacional”. Com o Comitê Consultivo anulado política e institucionalmente, restava à Câmara dos Deputados considerar o tema minimamente relevante para a nação. No começo de fevereiro, os deputados instauraram uma Comissão Geral para debater a TV digital (Santos, 2009, p. 349), que não chegou a ser muito eficaz na intervenção. Naqueles dias, então, “parecia que a decisão sobre a escolha do modelo tecnológico a ser adotado pela TV Digital brasileira já havia sido tomada pelo Executivo sem a participação de outros poderes e muito menos da sociedade civil organizada” (Lima, 2012<sup>185</sup>, p. 167). Os movimentos seriam temporariamente favorecidos por um racha<sup>186</sup> na cúpula do Governo Federal, mas os empresários iniciaram um movimento maciço pela

---

183 Trata-se do caso chamado de “mensalão”. À parte o mérito do fato, a acusação de atos de corrupção que estariam baseados no pagamento mensal de propinas a parlamentares para facilitar a aprovação de projetos de interesse do governo, fragilizou, desde maio de 2005, o conjunto da gestão de Lula, que perderia, em junho daquele ano, o seu ministro mais forte, José Dirceu (PT), que foi substituído por Dilma Rousseff. Até o final de 2005, além de Dirceu, vários deputados envolvidos com o caso foram cassados, inclusive Roberto Jefferson (PTB), delator primeiro dos acusados. Juliano Domingues-da-Silva (2011, p. 11) chega à conclusão de que, após o escândalo do mensalão, o presidente Lula passou a ter interesse em acelerar a decisão sobre a digitalização da TV aberta no Brasil.

184 TELEBRASIL. **TV Digital**: posição Oficial, 27 jan. 2006. Disponível em: <<http://www.telebrasil.org.br/posicionamentos/posicionamentos-institucionais>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

185 O artigo, intitulado “Uma oportunidade que não pode ser desperdiçada”, foi originalmente publicado em 15 de fevereiro de 2006 no *Observatório da Imprensa*.

186 Enquanto o ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do Brasil, Luiz Fernando Furlan, exigia a definição de uma política industrial antes de qualquer decisão, confrontando inclusive a predileção de Hélio Costa pelo ISDB, a hoje presidenta Dilma Rousseff (à época, ministra-chefe da Casa Civil) ponderava a necessidade de apontar um modelo de negócios viável para a TV digital e “simpatizava” com o europeu DVB, contrariando diretamente os

celeridade da decisão – e que fosse pelo ISDB. Mas a líder dos maiores *players*, a *Globo*, engrossava o discurso do fato consumado. Para o grupo da família Marinho, mais importante do que afirmar que o presidente Lula já teria decidido o sistema, era mostrar à grande audiência que o melhor sistema não era nem o estadunidense ATSC, que já havia sido o preferido do grupo Abert/SET entre 1994 e 1998, nem o europeu DVB, que tinha a simpatia de setores do Governo Federal, de técnicos do CPqD e até de segmentos dos movimentos sociais<sup>187</sup>.

O modelo americano [*sic*] funciona apenas nos aparelhos de TV. Não é portátil, nem móvel. Ou seja, não chega nas telas de telefones celulares ou de automóveis, por exemplo. O modelo europeu opera com aparelhos de TV fixos. Quando transmitido para celulares e veículos, compromete a qualidade do sinal fixo. O sistema japonês é o único que transmite em alta definição para televisores, celulares e veículos (Globo.com188, 31 jan. 2006).

Em fevereiro, as divergências entre o Minicom e o Comitê Consultivo se agravaram mais quando, logo no início do mês, foi entregue a Hélio Costa o documento *Modelo de Referência: Sistema Brasileiro de TV digital Terrestre*, produzido pelo CPqD, que indicava o DVB como o sistema apropriado para o Brasil. Todavia, o ministro não disponibilizou de imediato o documento com a alegação de que a divulgação caberia ao presidente da República a sua divulgação. (Santos, 2009, p. 349). Mas, com o vazamento do documento, os empresários entraram em acordo e imprimiram um ritmo e uma forma de pressão bem maiores: em 23 de março de 2006, por exemplo, nos jornais de maior circulação do país, estampava-se uma forte nota, de página inteira, com o título de “Comunicado”, subscrita por Grupo Band, a TV Cultura, a Rede Globo, a Rede Record, a Rede TV!, a Rede Vida, o SBT, o Canal 21, a CNT e a Rede Mulher (Lima, 2012<sup>189</sup>, p. 169). O texto era direto e definitivo, como se proferisse uma verdade tácita e inquestionável: “o sistema ISDB-T, desenvolvido no Japão, com os aperfeiçoamentos criados pelos cientistas nacionais, é o único sistema que garantirá, gratuitamente, a todos os brasileiros os benefícios da televisão digital”. [...] Temos certeza de que o governo brasileiro tomará sua decisão com a urgência que o assunto exige em benefício da sociedade brasileira” (*apud* Lima, 2012<sup>190</sup>, p. 173). Ou seja, os empresários, em uníssono, queriam dizer que já era tarde. Antecipada por um furo da *Folha de S. Paulo*<sup>191</sup> em março – notícia que foi prontamente negada pelo primeiro escalão do Governo Federal –, a decisão pelo

---

interesses da Abert (Bolaño; Brittos, 2007, p. 170).

187 Algumas entidades viam na norma europeia um “mal menor” em relação aos outros dois sistemas internacionais, porque dava preferência à perspectiva de criação de novos canais em detrimento da alta definição e da mobilidade, pilares principais do ISDB.

188 Essa notícia do portal *Globo.com* foi, na verdade, uma reportagem do *Jornal da Globo* daquele dia (LULA escolhe TV digital. *Globo.com*, 31 jan. 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornaldaglobo/0,,MUL890865-16021,00-LULA+ESCOLHE+TV+DIGITAL.html>>. Acesso em: 16 mar. 2013).

189 O artigo, intitulado “Os radiodifusores falam com uma só voz”, foi originalmente publicado em 27 de março de 2006 no *Observatório da Imprensa*.

190 Idem.

191 ALENCAR, Kennedy; MEDINA, Humberto. Lula escolhe padrão japonês para TV digital. *Folha de S. Paulo*, 08 mar. 2006. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u105765.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u105765.shtml)>. Acesso em: 16 mar. 2013.

sistema japonês começou a ser traçada na metade de abril, quando o Brasil firmou com o Japão o “Memorando entre os Governos do Brasil e do Japão sobre a implementação do sistema brasileiro de TV digital e a cooperação para o desenvolvimento da respectiva indústria eletroeletrônica brasileira”<sup>192</sup> (Brasil, 13 abr. 2006).

No mesmo momento, num último ato de resistência contra o abandono do SBTVD, havia surgido a Frente Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV Digital<sup>193</sup>, formada por mais de 130 entidades com o objetivo de reunir forças para que as decisões acerca da implantação da Rádio e da TV Digital no país fossem democráticas e voltadas ao interesse público. Entre as reivindicações, estavam a maior participação da sociedade civil nas decisões, a democratização da mídia, a efetivação de um marco regulatório, a universalização da inclusão digital, um sistema que garantisse a pluralidade e a diversidade culturais, entre outras pontos consideradas demandas históricas pelo movimento pelo direito à comunicação. Como contraponto às investidas dos empresários, cerca de 60 organizações – a maior parte integrante da Frente Nacional, entre elas, entidades como o Coletivo Intervezes e o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) – lançaram, em junho de 2006, a “Carta à Sociedade Brasileira”, em que tratavam da decisão do governo pelo sistema japonês, que àquela altura já era uma certeza a ser ratificada. No documento, as organizações reafirmam que a TV Digital seria uma “oportunidade única para promover a diversidade cultural, fortalecer a democracia, desenvolver a ciência e tecnologia nacionais e incluir socialmente a imensa maioria da população, ainda desprovida de direitos humanos fundamentais”. Segundo o documento, o Governo Federal, ao optar por uma tecnologia estrangeira, cometeu um “erro histórico, que não poderá ser revertido nas próximas décadas” (Frente..., 2006). Para os movimentos sociais, o Estado brasileiro perdeu, ali, a oportunidade de produzir mudanças mais profundas, pela forma como definiu o padrão *nipo-brasileiro* para o SBTVD e pelos efeitos desta escolha, que passou por cima de um consórcio de instituições que estavam desenvolvendo um padrão nacional. Ainda de acordo com o entendimento das entidades, que viam na nova *TIC da televisão* grandes chances de revisar a radiodifusão do país, a digitalização *poderia* ter sido um marco que transpusesse o debate sobre o padrão tecnológico a ser adotado, proporcionando uma transformação histórica na televisão do país. Para isso, seria necessária a compreensão de que, mais do que uma simples tecnologia, a TV Digital é “uma nova

---

192 O Memorando, assinado em abril de 2006, já comprometia as partes quanto aos seguintes pontos: (1) a participação de instituições brasileiras correlatas no trabalho de padronização relativa à diversificação de conteúdo do padrão ISDB-T, inclusive com a participação de representante brasileiro como membro do Comitê de Padronização do Consórcio ARIB, (2) a cooperação para a introdução de tecnologia inovadora desenvolvida pelo Brasil no padrão ISDB-T, (3) a organização de fóruns de especialistas dos dois países e o estabelecimento de interlocutor de serviços de cooperação na transferência de tecnologia do padrão ISDB-T, (4) além disso, o Governo japonês recebe de bom grado a dispensa de pagamento, pelo Brasil, de royalties relativos a patentes das próprias tecnologias ISDB-T.

193 INTERVOZES. **Frente da TV e do Rádio Digital**. Disponível em: <[http://www.intervezes.org.br/articulacoes/tv\\_digital](http://www.intervezes.org.br/articulacoes/tv_digital)>. Acesso em: 16 mar. 2013.

plataforma de comunicação”<sup>194</sup>. Seria a chance de criar, senão uma nova estrutura, pelo menos outra conjuntura na organização da radiodifusão que propiciasse a emergência de novos atores sociais também no âmbito da produção e no acesso às tecnologias.

Em junho de 2006, as campanhas políticas já estavam praticamente nas ruas. Nas vias de uma mídia sempre mais apressada, muito antes disso, havia pelo menos dois meses que pululavam notícias contrárias ao governo de todo tipo, ainda mais após mais uma crise política, que dessa vez derrubaria o encorpado<sup>195</sup> ministro da Fazenda, Antônio Palocci. Também já se chegava à metade da *festas nacional* da Copa do Mundo de Futebol realizada na Alemanha, que tinha iniciado no dia 9 daquele mês. Entre a confusão das eleições e o circo da Fifa, confrontando todas as expectativas residuais, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, quase três anos após reorientar o debate anterior, instituiu, em 29 de junho de 2006 o Decreto nº 5.820<sup>196</sup>, que definiu a norma ISDB-T para o Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD-T). Assim, Lula tornou ainda mais excludente a definição das políticas de comunicação no país, mesmo considerando que a tecnologia, em si, não mudaria muita coisa. Para decidir sobre “inovações tecnológicas, especificações, desenvolvimento e implantação”, o documento criou um fórum com representantes do setor de radiodifusão, do setor industrial e da comunidade científica e tecnológica. Descartou, portanto, qualquer possibilidade de participação da sociedade civil não-empresarial no processo da digitalização dos sinais de televisão no país. Ao mesmo tempo, o decreto estipula o prazo de dez anos (até 2016), para transição do sistema analógico para o digital. Além disso, com a decisão pelo modelo japonês, em 2006, o Governo Federal abdicou de avançar em diferentes frentes na organização do setor de radiodifusão no Brasil. Além de significar um fomento à autonomia técnico-científica, o desenvolvimento do SBTVD era, também o mote para o reordenamento do setor de radiodifusão brasileiro, que ainda é regulamentado pelo Código Brasileiro de Telecomunicações (1962), já descaracterizado ao longo de cinquenta anos. Motivos suficientes para a comemoração efusiva e regozijante do diário impresso *O Globo*, que, no dia seguinte à decisão, exibiu, quase como o troféu de uma Copa que não viria para a *Canarinho*, um editorial sob o título “Rumo certo”, no qual classificou como “megalomaniaca e

---

194 Expressão do presidente do CPqD, Hélio Graciosa, quando os ministérios da Ciência, Tecnologia e Inovação e das Comunicações lançaram o edital para a contratação das instituições de pesquisa que participariam do desenvolvimento do SBTVD (Bolaño; Britos, 2007, p. 165).

195 Ao contrário de José Dirceu, Antônio Palocci sempre teve (recíprocas) simpatias do *establishment* da mídia comercial, além de (compensatórios) elogios do mercado financeiro, que tinha nele e no presidente do Banco Central, Henrique Meirelles, os principais fiadores na ala central do Governo Lula. Por essa performance, Palocci seria poupado do envolvimento mais direto no caso do “mensalão”, mas, em 27 de março de 2006, foi demitido pelo presidente depois de a oposição e os principais veículos pedirem a sua cabeça devido à sua participação na quebra ilegal do sigilo bancário do caseiro Francenildo Santos Costa, testemunha de acusação contra o então ministro nas investigações da CPI dos Bingos.

196 O Decreto versa sobre a implantação do SBTVD-T e estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógico para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão (Brasil, 29 jun. 2006a).

dessintonizada [*sic*] da realidade” a decisão anterior do governo Lula de tentar desenvolver um sistema nacional de TV digital (Lima, 2012, p. 176).

A opção tomada pelo governo para dar seguimento à digitalização favoreceu aos atuais concessionários ao impedir o ingresso de outros atores em consequência da priorização do HD (marca do sistema ISDB). Foi totalmente de encontro, portanto, ao princípio da “máxima dispersão da propriedade” (Lima, 2011, p. 187), atravancando os caminhos que *poderiam* levar a uma radiodifusão com mais pluralidade e diversidade. Esse entendimento é acompanhado por praticamente todos os teóricos da Economia Política da Comunicação que trataram do tema, como César Bolaño e Valério Brittos (2007), Marcos Dantas (2007) e Juliano Domingues-da-Silva (2011), entre outros. Militante e pesquisador reconhecido na área da comunicação, Daniel Herz (2006<sup>197</sup> *apud* Schröder; Castro, 2009, p. 379-380) apontou a *Rede Globo* como a maior responsável, atuando a partir da liderança de possui entre as emissoras a partir da Abert, pelo esvaziamento do Comitê Consultivo – que, segundo ele, era “boicotado por dentro e por fora” – e pela criação de um espaço paralelo em que o ministro se reunia e negociava exclusivamente com o empresariado. Celso Schröder e Nilo André Piana de Castro avaliam que a mais poderosa corporação de mídia do país mobilizava toda a sua capacidade de intervenção em favor da norma japonesa

(1) porque o padrão japonês prioriza a alta definição, em detrimento da interatividade; (2) [porque,] diferente [*sic*] dos demais modelos de TV digital, o japonês atrasa o confluência tecnológica plena, retendo a produção e transmissão de conteúdo audiovisual para as empresas de radiodifusão (sem o ingresso de novos produtores de cinema e vídeo). Ou seja, impõe que o mercado seja disputado exclusivamente pelas empresas já estabelecidas. É o que ocorre quando se impede a pulverização de canais também através da telefonia fixa e móvel; (3) [e porque] A Globo tem históricas relações com empresas japonesas produtoras de equipamentos de microeletrônica, como a NEC e a Sony. [...] a Globopar foi proprietária da subsidiária da NEC no Brasil de 1986 a 1999 (Schröder; Castro, 2009, p. 379-380).

Orientado de todas as formas pelas entidades empresariais, o Ministério da Comunicação, “sob o argumento da excelência tecnológica”, terminou por desconsiderar todas as recomendações técnicas do estudo encomendado para tal fim pelo próprio Governo Federal, a partir do SBTVD. O mais intrigante é que determinação do ISDB para a TV digital deu-se sob o alibi de ser uma decisão *técnica*, mas contrariou solenemente a análise técnica encomendada ao CPqD (Brittos; Bolaño, 2009, p. 304 e 311). “Transformar uma questão profundamente política em uma decisão eminentemente técnica foi apenas mais um capítulo de afirmação do poder do empresariado da comunicação sobre o Estado e sobre a esmagadora maioria da sociedade, com a conivência do governo” (Ramos, 2008, p. 28). Portanto, ao analisar negativamente a decisão pelo ISDB, não se trata, necessariamente, de uma ode ao determinismo tecnológico. Mesmo num país intensamente

---

197 HERZ, Daniel. A escolha do padrão é uma inversão inaceitável. Entrevista. **e-Fórum**, n. 100, 13 mai. 2006. [Boletim eletrônico do FNDC]. Disponível em: <[http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont\\_key=49590](http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=49590)>.

atacado por uma condução política e econômica guiada pela lógica do neoliberalismo, o governo ainda é central na fixação do grau de porosidade que o Estado dará para a participação das pessoas comuns, não detentoras de grandes propriedades, como os veículos de comunicação. Esse acesso é crucial para que a população possa intervir no delineamento de políticas públicas, na apresentação de leis ou nos mais elementares mecanismos de consultas. Afinal, somente com grande pressão das organizações civis, “será possível abrir uma brecha em relação à situação hegemônica, já que a tecnologia, por si, não é capaz de alterar a correlação de forças em sociedades marcadas por desigualdades estruturais” (Bolaño; Brittos, 2007, p. 39).

A decisão pelo padrão japonês sinalizou, para Venício Lima (2011, p. 38), um “reco importante” em relação ao início do governo, quando o presidente Lula criou o SBTVD. No começo do processo, havia a participação maior – principalmente no Comitê Consultivo – de parte dos chamados “não atores”, representados principalmente pelas universidades e pelos centros de pesquisa que integravam os consórcios. Na verdade, como apontou o jornalista Daniel Herz (2006 *apud* Schröder; Castro, 2009, p. 378), o espaço mais aberto nos debates em torno da implantação da TV digital no Brasil “foi sendo progressivamente esvaziado e, mais do que isso, acabou sendo boicotado por dentro e por fora”. Venício Lima (2011, p. 38) é ainda mais taxativo na avaliação dos pesos políticos que tiveram os diversos segmentos no processo: “prevaleceram os interesses dos grupos dominantes de mídia, em especial os radiodifusores, tendo sido ignorada uma oportunidade histórica de se ampliar de forma significativa o número de concessionários de televisão no país”. Apesar do incontestável saldo de beneficiamento empresarial, o presidente Lula defendeu, convictamente, “relação democrática” que o governo construiu todos os segmentos que apresentaram interesse em discutir o projeto da TV digital. “E mais: disse que o processo de decisão havia sido encaminhado de forma participativa com o envolvimento da sociedade” (Lima, 2012<sup>198</sup>, p. 177). Além do Comitê Consultivo, o quase natimorto espaço de participação do SBTVD – fravelmente desidratado com Hélio Costa –, e do Conselho de Comunicação Social, que, além de “consultivo”, sempre foi somente “auxiliar” do Congresso Nacional, alguns atores sociais de relevo, que antes só haviam estado do “outro lado do balcão” do Estado, tiveram a oportunidade de intervir diretamente nas políticas de comunicação por dentro do Estado após a posse de um governo de centro-esquerda conduzido pelo maior líder nacional do campo democrático-popular.

Nessas condições, quando se reabrem as negociações entre conservadores e liberais, a corrente progressista pode procurar as brechas que irão lhe permitir ter uma participação que não seja de mero espectador no debate. Ao contrário de momentos anteriores, como durante os trabalhos da última Assembleia Nacional Constituinte, ou nos debates em torno da Lei do Cabo de 95, no caso da regulação do SBTVD, os setores mais influentes da corrente progressista, bem posicionados, alguns, no aparelho de Estado, acabaram por

---

198 O artigo, intitulado “O ator principal não foi convidado”, foi originalmente publicado em 04 de julho de 2006 no *Observatório da Imprensa*.

contribuir para uma redução do debate à questão puramente técnica da escolha do padrão, recitando inclusive, muitas vezes, odes às concepções tecnicistas dos seus inimigos de classe, citados, certos de seus intelectuais mais orgânicos, como referências acadêmicas respeitáveis, na defesa do admirável mundo novo digital, da sociedade do conhecimento e outras ilusões (Bolaño, 2007, p. 107).

Fora do Brasil, a ilusão aparente ainda é muito grande entre muitos pesquisadores da Economia Política da Comunicação – não quanto ao determinismo das tecnologias, mas sobre a própria constituição do SBTVD. Vê-se, por exemplo, sincera empolgação em relação ao caso brasileiro. É evidente a conquista de espaços diplomáticos e comerciais do Brasil nos últimos dez anos. Entretanto, se a ascensão de *status* no *ranking* econômico mundial mensurada por estatísticas macro como o crescimento do PIB não se converteu em alterações sociais mais amplas e permanentes em relação ao desenvolvimento humano nacional, não seria a tecnologia brasileira que iria irromper de forma tão célere rumo a uma liderança continental ou, menos ainda, mundial. “El caso de Brasil es especial, porque se trata de un país en lugar de adoptar un estándar de televisión digital ha creado uno”, avaliam Ángel\_Badillo e Patrícia Marenghi (2011, p. 11), como se a sigla “SBTVD-T” ou mesmo o “b” adicionado ao acrônimo do sistema japonês (ISDB-T**b**) representasse realmente a concretização do desenvolvimento de uma norma nacional. Eles vão além: “a situação na região indica que a distribuição dessas políticas no que se refere à adoção de padrões na América Latina mostra o triunfo da iniciativa brasileira de adotar e atualizar o padrão japonês” (Badillo; Marenghi, 2011, p. 15). É bastante provável que a atualização do ISDB de que falam refira-se ao acréscimo do *middleware* Ginga, componente ainda longe de ser factível em médio prazo. Mas eles não foram os únicos. Luis A. Albornoz e Maria Trinidad García Leiva relatam que o Brasil, como líder sul-americano, desafiou

el tradicional peso económico-político estadounidense y europeo el Latinoamérica al elegir el estándar japonés, agregarle tecnología propia (*middleware* Ginga) y liderar las negociaciones por la adopción del estándar nipo-brasileño tanto en Sudamérica como en parte de África (Albornoz; García Leiva, 2012b, p. 269).

Como os próprios fatos narram, a introdução da TV digital com base no ISDB não se tratou precisamente de uma postura aguerrida do governo brasileiro em opor-se aos poderosos polos de poder dos Estados Unidos e da Europa. Deu-se, em verdade, a confirmação de um processo de (re)acomodação e de retroalimentação de interesses entre o Estados e os atores privados. Como resultado dessa agenda disfarçada de uma controvérsia rigorosamente técnica (Leal; Vargas, 2011). Se o “Brasil” efetivamente houvesse sido soberano na decisão, subsistiriam, ainda, duas possíveis interpretações. À parte os problemas mais grosseiros que vão permanecer na mídia eletrônica de massa brasileira, como a concentração de propriedade e a falta de diversidade e de pluralidade, estavam (e ainda estão) em jogo, para Abert e entidades correlatas, diferentes frentes da batalha num guerra sem fim entre a radiofusão e as telecomunicações. Nesse ponto, Ángel Badillo e

Patrícia Marenghi (2011, 11) são precisos ao distinguir duas vertentes dessa disputa. A primeira, política, dá-se entre um setor de *telecom*, ainda muito pouco regulamentado e bastante transnacionalizado, e um duo rádio/TV demasiadamente protegido pela legislação nacional, ainda que o discurso da “liberdade de iniciativa” econômica ressoe com a mesma naturalidade que encontraram para justificar o “Pró-Mídia”. Ao adotar o ISDB, devido às características técnicas do sistema, as emissoras asseguraram para si a exclusividade nas transmissões da TV móvel, o que, nos outros sistemas, sobretudo no DVB, demandaria a mediação de operadoras de telecomunicações – além de poder, adicionalmente, prescindir de um operador de rede único para a distribuição dos sinais digitais. A segunda, com recorte mais econômico, tem a ver com a indústria de fabricação de componentes<sup>199</sup>, já que o governo e as empresas do Japão, como investidores majoritários no desenvolvimento do ISDB, tinham interesse na adesão do Brasil já prevendo que a liderança do país pudesse influenciar a opção dos países da América do Sul. Para Badillo e Marenghi (2011, p. 11), a estratégia japonesa era garantir que “potência regional” se encarregasse de expandir a norma nipônica entre os integrantes do Mercosul.

A fim de garantir o empenho brasileiro na promoção da tecnologia japonesa, foram firmados, no mesmo dia da assinatura do Decreto 5.820/06, os Termos de Implementação do memorando acordado entre os governos de Brasil e Japão em abril, que previam: 1) Criação do Grupo de Trabalho Conjunto, para “discutir as medidas necessárias com a participação, sempre que necessário, dos agentes privados envolvidos”; 2) Cooperação Técnica, para “investigar as tecnologias inovadoras, desenvolvidas e propostas pelo lado brasileiro, que ambas as partes reconheçam como sendo tecnicamente e economicamente viáveis”; 3) Cooperação na indústria de eletrônica, para “elaborar *um* plano estratégico para o desenvolvimento da indústria de semicondutores, com vistas a investimentos japoneses no Brasil”; 4) Desenvolvimento de Recursos Humanos – “apoiar as atividades de *um* centro de desenvolvimento, que deverá ser criado pelo lado brasileiro para promover uma fluida transferência de tecnologia relacionada aos padrões ISDB-T”; e 5) Direitos de Propriedade Intelectual<sup>200</sup>, que fazia referência ao uso das patentes exclusivas ao padrão ISDB-T, de cujas *royalties* a Arib<sup>201</sup>, a associação japonesa de indústria e negócios de rádio, isentou as empresas brasileiras. (Brasil, 29 jun. 2006b, grifos meus). Os destaques ganham relevo quando se percebe a autoaplicação dos artigos indefinidos no texto do derradeiro documento utilizado como explicar, chancelar e ratificar o acordo com o Japão. A gravidade evolui mais ainda

---

199 Especialmente considerando a saturação da venda de televisores CRT em quase todo o mundo, um mercado potencial de mais de aproximadamente 60 milhões de domicílios era argumento suficiente para todos os esforços que se fizessem necessários para o convencimento dos empresários, o que já havia sido garantido antes, e do governo, para cuja resolução a intervenção diplomática também teve importância relevante.

200 Esse compromisso foi discriminado na “Declaração de Intenções”, à qual os Termos de Implementação faziam referência.

201 *Association of Radio Industries and Businesses*.

ao não se identificar qualquer efetividade nas palavras consignada pelo país mais beneficiado pelo contrato político, econômico e diplomático, no qual os Estados se punham quase como figurantes do tabuleiro dominado pelos *players* que, ao final, dominaram o jogo. Para completar, nos termos, assentia-se que a outra parte buscava “cooperar com o lado brasileiro” visando a “investigar as tecnologias inovadoras, desenvolvidas e propostas pelo lado brasileiro, que ambas as partes reconheçam como sendo tecnicamente e economicamente viáveis”. Com esse flanco, os técnicos daqui ficaram *autorizados* a adicionar tecnologias que não confrontassem o espírito do ISDB. O totem dos tecnologistas nacionais passou a ser o *middleware Ginga*, que *deveria* ser o maior responsável por otimizar os aplicativos do ISDB para adaptá-lo às particularidades das demandas específicas do Brasil. Era a cartada que faltava para que o governo pudesse induzir que se tratava, na verdade, de um outro sistema, agora “nipo-brasileiro”, o que explica parcialmente a incompreensão de algumas visões externas ao país.

Também em 29 de junho de 2006, foi manifestada uma “Declaração de Intenções” (Brasil, 2006c) entre as empresas privadas “e outras instituições relacionadas japonesas”, em que pactuavam: 1) Participação no Grupo de Trabalho Conjunto; 2) Cooperação Técnica e Padronização Referentes ao ISDB-T; 3) Direitos de Propriedade Intelectual; 4) Cooperação na indústria eletrônica; 5) Desenvolvimento de recursos humanos; e 6) Finanças. Sinteticamente (literalmente), as indústrias envolvidas no contrato milionário resolveram, num documento de três páginas, o futuro do pretérito da televisão aberta generalista brasileira. Mais um sintoma de que se tratava somente de promessas *intencionais*, sem ganas de realização, era o indicativo, presente no tópico 2, de “acelerar o estudo sobre a possibilidade de investimento futuro na área da indústria eletrônica, incluindo a de semicondutores e indústrias relacionadas”. Se o problema dos radiodifusores era o financiamento da transição para o digital, as intenções japonesas também apresentavam uma solução: o JBIC<sup>202</sup>, prometia o documento, “considerará, positivamente”, disponibilizar crédito para apoiar a produção, a distribuição e a aquisição de equipamento e serviços necessários ao projeto SBTVD, em cooperação com outras instituições financeiras, tais como o BNDES. Normalmente, nessa mediação para concordar em aderir a um dos sistemas, muitos países optaram por duas contrapartidas: o financiamento da tecnologia digital ou uma boa quantidade de terminais (*set-top boxes*) para doá-los à população (Badillo; Marengi, 2011, p. 17). Entretanto, no especial *case* brasileiro, nem a indústria de semicondutores ou outro incentivo mais diferenciado foi direcionado para o país, nem o banco de investimento do Japão garantiu créditos suplementares para o ISDB-Tb. Quanto à comunicação pública e à preocupação com a oferta de terminais de acesso<sup>203</sup> para os

---

202 *Japan Bank for International Cooperation*.

203 Terminal de acesso é o aparelho adaptador que recebe e decodifica os sinais de televisão digital. Também é conhecido como URD (Unidade Receptora-Decodificadora), *set-top box*, *Integrated Receiver-Decoder* (IRD),

segmentos sociais mais pobres, isso sequer foi pautado pelo Governo Federal.

### 3.3 A TV digital do discurso à prática: limites e contradições

No segundo semestre de 2006, apesar de o sistema de TV digital já estar definido, as discussões continuaram acaloradas<sup>204</sup>, com disputas jurídicas e outros conflitos, a exemplo dos impasses quanto ao cronograma da digitalização. E o conteúdo do Decreto 5.820/06 é angular para entender a orientação dada pelos empresários ao Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre<sup>205</sup> (SBTVD-T), já que, a partir daquela etapa, o governo, na prática, deixou a direção das políticas à mercê das decisões do Fórum SBTVD<sup>206</sup>. O novo espaço foi criado pelo Comitê de Desenvolvimento para “assessorá-lo acerca de políticas e assuntos técnicos referentes à aprovação de inovações tecnológicas, especificações, desenvolvimento e implantação”. O fórum, que, diferentemente do antepassado Comitê Consultivo, cumpriria e teria respeitadas as atribuições conferidas pelo decreto, foi composto por representantes do setor de radiodifusão, do setor industrial e da comunidade científica e tecnológica – com atenta e criteriosa seletividade dos representante deste último segmento. Junto à oficialização do SBTVD-T, o ministro Hélio Costa, repetindo o gesto de Miro Teixeira, também apresentou a “Exposição de Motivos” dele, que mais parecia uma carta-resposta às críticas que vinha recebendo por vários setores da academia e dos movimentos sociais. No texto, ele garantiu ao presidente Lula que o encaminhamento dado tinha como base “estudos coordenados pelo Comitê de Desenvolvimento do SBTVD, bem como as consultas feitas aos setores interessados e órgãos representativos da sociedade”. Não citou o Comitê Consultivo em nenhum dos nove itens que constituíam o escrito.

A vontade de dar resposta às demandas que incomodavam o Minicom é notória no “motivo” 4, no qual Costa afirmava que a implementação da TV digital no Brasil “importa em fomento ao crescimento nacional através do estímulo à pesquisa e o desenvolvimento, propiciando a expansão de tecnologias brasileiras e da indústria nacional” (Brasil, 28 jun. 2006), o que certamente estava garantido com a alegada binacionalidade do sistema que seria introduzido no país. Ademais, tanto no decreto quanto nas declarações em anexo, ministro vocalizou o mantra tradicionalmente evocado pelos radiodifusores “o acesso ao SBTVD-T será assegurado, ao público em geral, *de forma livre e gratuita*” (Brasil, 29 jun. 2006a, grifo meu). No entanto, como Venício Lima (2012, p. 169) expõe,

---

*Navigation Device* (Mota; Tome, 2005, p. 53).

204 POSSEBON, Samuel. Entre polêmicas, TV digital anda. **TelaViva**, ano 15, n. 163, ago. 2006, p. 44.

205 Replicando a nomenclatura internacional, a adição do adjetivo precisava que o sistema abrangia somente a televisão aberta “hertziana”.

206 Prevista no Decreto nº 5.820/06, o fórum é uma entidade privada formada pelos setores diretamente envolvidos na implantação da televisão digital no Brasil, como emissoras de TV, fabricantes de transmissores e televisores, indústrias de software e academia, mas sem organizações de movimentos sociais.

essa é uma falsa questão que é colocada de forma recorrente pelos concessionários de TV aberta para embaraçar os debates que são essenciais, como, no caso, eram os padrões do sistema digital, que comprometiam as possibilidades democratizantes que eram nutridas pelos que defendiam uma plataforma nacional. Outro *motivo* apresentado por Hélio Costa era mais um agrado aos radiodifusores: “vale lembrar que a proposta teve o mérito de prever um processo de transição da tecnologia analógica para a digital, que será estabelecido em cronograma, garantindo, portanto, que a população continue tendo pleno acesso à informação” (Brasil, 28 jun. 2006). Importava não a salvaguarda do direito dos telespectadores, mas sim uma resposta contundente do governo para a reivindicação das *majors* quanto a uma agenda objetiva de implantação da TV digital, considerada indispensável para o progresso da televisão comercial brasileira.

O decreto de 2006 fazia também uma importante distinção, outro elemento que certamente confunde os incautos: Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T) é definido como o “conjunto de padrões tecnológicos a serem adotados para transmissão e recepção de sinais digitais terrestres de radiodifusão de sons e imagens”; e o *Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial* (ISDB-T), como “serviços integrados de radiodifusão digital terrestre”. É certo que existem adaptações técnicas nos diferentes níveis<sup>207</sup> da cadeia de distribuição da televisão, mas o sistema brasileiro, pelo menos até agora, não trouxe inovações que justificassem essa diferenciação de conceitos. Outro ponto interessante, logo no primeiro artigo, é a indicação de que o SBTVD-T seria implantado na “plataforma de transmissão e retransmissão de sinais de radiodifusão de sons e imagens”. Essa informação, relativamente banal, seria um dos apoios para argumentação nas contestações jurídicas que se seguiram ao decreto, já que a expressão confirmava a ideia de que, assim diziam os advogados do SBTVD, a TV digital era mais do que a simples atualização tecnológica da televisão. Esse sistema de transmissão digital, segundo o Minicom, tinha a capacidade de transmissão digital em definição padrão (SDTV) e em alta definição (HDTV) com transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil e a interatividade.

A norma japonesa permite que cada canal de 6 MHz, banda de frequência na qual, seguindo o formato da “velha” televisão, só “cabe” somente um analógico, divida-se em 13 segmentos para emitir sinais – enquanto 12 são destinados à difusão em alta definição ou em definição padrão, um segmento é utilizado para emissão em mobilidade<sup>208</sup>. Ignorando isso, o governo consignou às concessionárias e autorizadas de serviço de radiodifusão, por um prazo de dez anos (até junho de

---

207 Pensando-o de forma linear, o fluxo dos sinais na transmissão digital é o seguinte: *Head-end* (emissora): Codificação de sinais/fonte + Dados e aplicativos >> Multiplexação (MUX) >> Codificação Canal/Modulação >> Transmissão >> (( Canal de Interatividade )) *Set-top box* (receptor): Recepção >> Decodificação Canal/Demodulação >> Demultiplexação >> Decodificação de sinais/fonte + Middleware (Ferraz, 2009, p. 19).

208 Daí o termo “*one seg*” para nomear a transmissão de sinais e dados móveis (Krakowiak; Mastrini; Becerra, 2012, p. 206). Já o *full-seg* usa os outros 12 segmentos para transmissão do sinal para receptores fixos ou móveis (Becker; Zuffo, 2009, p. 46).

2016), um canal de radiofrequência com largura de banda completa dos mesmos 6 MHz, ainda que a “compressão” dos sinais possibilite outras formas de utilização dessa faixa. O objetivo desse empréstimo de hertz era “permitir a transição para a tecnologia digital sem interrupção da transmissão de sinais analógicos” (Brasil, 29 jun. 2006a). Com a consignação, a norma preservou a largura de banda de cada emissora, iniciando o que, tecnicamente, chama-se de *simulcasting*, ou seja, a transmissão simultânea dos sinais analógicos e digitais. No entanto, a mesma banda, quando utilizada para transmissão digital, proporcionaria a possibilidade de transmissão de até seis programações simultaneamente. Crítico dessa configuração apresentada, Arlindo Machado (2009, p. 223) aponta que o sistema escolhido era o “mais conservador dentre todos os conhecidos”, porque “as possibilidades de interatividade integral, ampliação dos canais, inclusão digital e inserção de novos atores na produção de conteúdos já foram de antemão afastadas”, o que se confirmaria já no ano seguinte, com o início das transmissões. Criteriosamente, contudo, o problema não estava centrado na cessão temporária dos canais, já que isso aconteceu em praticamente todos os países do mundo. Grande parte das querelas judiciais tratavam exatamente da dos canais digitais *dados* para os *mesmos* radiodifusores, sem que a transição tivesse proporcionado o acréscimo de nenhum novo ator no mercado, mesmo que fosse mais um *player* comercial – o que, por exemplo, aconteceu na Argentina e na Espanha.

O primeiro *round* se deu já em agosto de 2006 com a ação civil pública precursora do Ministério Público Federal (MPF), em Belo Horizonte, na qual o Grupo de Trabalho de Comunicação Social da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão, liderado pelo procurador Fernando Martins, pediram a anulação do Decreto do SBTVD-T. Entre outros motivos, por ter havido: 1) ofensa ao princípio da motivação dos atos administrativos, por conta de o governo ter abdicado de justificar a providência tomada; 2) imposição de encargos pecuniários “a TODOS [*sic*] os usuários do serviço de radiodifusão”, por obrigar a população a adquirir decodificadores para o ISDB-T, que seriam bem mais custosos do que os dos outros sistemas disponíveis; 3) “implícita revogação” do Decreto nº 4.910/03, ao desconsiderar o papel do Comitê Consultivo e descumprimento do procedimento de escolha do modelo de referência, por não ter divulgado amplamente os estudos realizados pelo CPqD, aos quais nem mesmo os integrantes do comitê tiveram acesso; 4) invasão da competência exclusiva do Congresso Nacional para deliberar sobre a renovação das concessões, “contrariando expressamente” o disposto no Art. 223 da Constituição da Federal; 5) violação da separação entre os serviços de radiodifusão e telecomunicações, promovida pela Emenda Constitucional n.º 08/95, que impede o usufruto, pela radiodifusão, da “desejável inovação tecnológica” da interatividade; desrespeito à legalidade ao outorgar irrestritamente 6 MHz ao concessionário da radiodifusão

O único parâmetro de outorga passível de ser deferido às concessionárias é o de garantir que cada programação transmitida atualmente seja reproduzida *ipsis litteris* no novo modelo digital, e não a entrega de 6 megahertz para que as emissoras “façam o que bem entenderem” com os mesmos (STF-MG, 17 ago. 2006, p. 35).

Esses argumentos serviriam como referências políticas e jurídicas para dar seguimento à contestação do decreto. A Frente Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV Digital, que havia atuado com força às vésperas da derrota de junho de 2006, perdeu força, ainda que tenha se movimentado em alguns episódios logo após a ação movida pelo Ministério Público. Menos de quinze dias depois, o juiz da 20ª Vara Federal da Justiça Federal em Minas Gerais<sup>209</sup>, Lincoln Pinheiro Costa, indeferiu a ação civil pública apresentada pelo MPF, acatando os argumentos apresentados pela Advocacia Geral da União (AGU), sob o pretexto de que a ação não deveria nem ter sido apresentada porque o pedido feito era juridicamente impossível. Ocorre que os mesmos pontos seriam integralmente aproveitados na ADI (Ação Direta de Inconstitucionalidade) nº 3.944, que foi interposta pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) no Supremo Tribunal Federal (STF) exatamente um ano depois, em 21 de agosto de 2007, a poucos meses do festejado início das transmissões digitais, que ocorreria em dezembro. Na ação, o proponente apenas atualiza, amplia e reforça as acusações feitas pelo MPF de Minas Gerais contra o decreto de 2006. As entidades adversárias dos radiodifusores voltavam as baterias contra a “concessão” ilegal de canais de televisão que estaria mascarada sob o nome de “consignação”. Como se tratava, objetivamente, de novo contrato, exigência esta expressa no próprio Decreto nº 5.820/06, deveria haver novas e outras obrigações, e o rito necessitava do crivo do Congresso Nacional. Para o PSOL, as consignações não eram

uma mera extensão ou aditamento de uma outorga, ou ainda de uma “consignação”, expressão utilizada na deliberada intenção de maquiar a real natureza dos atos administrativos relativos à implantação da TV Digital. Trata-se verdadeiramente de uma nova concessão ou autorização, fato este que é “confessado” pelo próprio texto do Decreto 5.820/06, que no Art. 9º determina que as consignações deverão ser objeto de instrumento contratual específico (STF, 2007, p. 15).

Houve, todavia, um fato bastante útil para efeito de análise das relações de poder na resolução das contendas políticas, socioeconômicas e, agora, jurídicas em torno da TV digital no Brasil. Na suprema corte, existe o instrumento do *amicus curiae*<sup>210</sup>, que permite a instituições públicas ou privadas uma “intervenção assistencial em processos de controle de constitucionalidade por parte de entidades que tenham representatividade adequada para se manifestar nos autos sobre questão de direito pertinente à controvérsia constitucional”. Esse “apoiadores” não são partes dos

---

209 JUSTIÇA nega ação do Ministério Público contra decreto da TV digital. **Telesíntese**, 30 ago. 2006. Disponível em: <<http://telesintese.com.br/index.php/menu-teste/41-plantao-2006/plantao-2006/4085-justica-nega-acao-do-ministerio-publico-contra-decreto-da-tv-digital>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

210 A expressão “*Amici curiae*”, no plural, significa “amigos da Corte” (STF, 2013).

processos; atuam apenas como interessados na causa. Na ADI nº 3.944/07, pelo menos sete *Amici curiae* manifestaram-se junto ao processo nos quase três anos de estacionamento da ação em alguma lista de litígios pouco prioritários do STF. O perfil, a robustez e o posicionamento de cada instituição que interveio na ação (**Quadro 1**) ilustram muito bem as assimetrias de poder e os interesses envolvidos. Parte das entidades da Frente por uma TV Digital Democrática mobilizou-se para dar apoio ao PSOL, enquanto as mais graúdas entidades empresariais, do setor de radiodifusão e de eletroeletrônica, uniram-se à União (Governo Federal) para defender ato do executivo que lhes correspondeu todas as expectativas. Essa batalha na corte maior do país quanto a respeito do futuro da televisão se insere num conjunto de interferências (diretas ou indiretas) que o Poder Judiciário tem produzido nos rumos do direito à comunicação (Lima, 2011, p. 36). São exemplos de “judicializações” dos conflitos essencialmente políticos o fim da exigência de diploma de nível superior para jornalista, em 2009, o julgamento pela inconstitucionalidade total da Lei de Imprensa (5.290/67) – e a conseqüente derrubada da regulamentação do direito de resposta, prevista no Capítulo IV dessa legislação – e, mais recentemente, o questionamento da vinculação horária da classificação indicativa.

<b>Quadro 1 – Instituições (partes e <i>amicus curiae</i>) posicionadas na ADI nº 3.944/07</b>	
<b>Favoráveis ao decreto</b>	<b>Contrários ao Decreto nº</b>
1) Presidente da República (requerido) 2) Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) 3) Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra) 4) Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (Fórum SBTVD) 5) Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee)	1) Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) (requerente) 2) Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social 3) Associação Direitos Humanos em Rede – Conectas Direitos Humanos 4) Instituto Pro Bono
<b>Fonte:</b> STF, 2007.	

Imediatamente após o ingresso da ação, a associação liderada pela *Rede Globo* se viu obrigada, então, intervir na disputa apresentando uma posição formal, como *amicus curiae* em favor do decreto. Na peça protocolada em outubro de 2007, ao invocar todo o “trabalho de 13 anos” feito realizado até aquele ano pelo grupo composto em parceira com a SET, a Abert outorgou-se o posto de desbravadora da digitalização das emissoras de televisão brasileiras. A entidade se creditou como responsável por ter dado início aos debates “antes mesmo que o Poder Público se debruçasse sobre a questão”, haver ajudado a “conceber um sistema moderno, economicamente viável e tecnologicamente revolucionário, capaz de dar vantagens competitivas estratégicas à indústria nacional e servir de referência internacional” (Abert, 2007, p. 04 e 08, resp.). Acompanhando os posicionamentos públicos manifestados pelo ministro Hélio Costa desde a publicação da Exposição de Motivos do Decreto nº 5.820/06, os empresários argumentaram que os integrante do Comitê

Consultivo ligados à indústria eletroeletrônica e aos radiodifusores detinham “profundo conhecimento técnico” para assessorar as decisões do Comitê de Desenvolvimento” (p. 12), o que teria assegurando, segundo eles, as melhores condições para a tomada de posição em favor do ISDB.

Em vários pontos do documento, a Abert repisou de formas diversas o “caráter eminentemente técnico das questões tratadas para a normatização do SBTVD, [que] exigia a interpretação de pessoal habilitado” (Abert, 2007, p. 12). Os empresários também não deixaram de lado, como de praxe, a obviedade da manutenção da captação “livre e gratuita” dos sinais de TV aberta no Brasil para, com isso, manifestar, perante o STF, a preocupação com “o acesso da população carente a conteúdos com qualidade” – do ponto de vista técnico, e não estético, acentue-se, uma vez que, no documento, não era mencionada a intenção de alterar os conteúdos que chegava, às casas dos brasileiros, mas apenas o padrão de imagem ao qual só tinham acesso os assinantes da TV paga (Abert, 2007, p. 15). Numa passagem de mais euforia com a alta definição, a Abert defendia que “o alinhamento tecnológico dos produtores com o restante do mundo [favorecerá] as exportações de conteúdos nacionais e a difusão da cultura brasileira, já que grande parte dos países atualmente migra para o formato HDTV” (Abert, 17 out. 2007, p. 15). Na defesa do decreto do SBTVD-T, os concessionários apoiaram-se numa dupla argumentação sobre a radiodifusão que inspirava certa contradição: ao tempo que afirmava não haver mudanças significativas no serviço oferecido, prometia, com a implantação da TV digital, além da realização de compromissos “eminente” sociais, a difusão da cultura brasileira:

observe-se que o sistema de transmissão de TV Digital consiste apenas em uma adaptação tecnológica ao serviço já existente e tem por objetivo possibilitar (i) a transmissão de sinais em alta definição de imagem e qualidade de som superior e (ii) permitir a exploração de novas utilidades multimídia que podem ter caráter eminentemente social, como educação e prestação de atendimento médico a longa distância (Abert, 17 out. 2007, p. 07-08).

A disputa entre os “amigos” das partes envolvidas na ação seguiria agitada naquelas semanas em que empresários e governo já organizavam o lançamento das transmissões digitais, previsto para dezembro de 2007. Na sequência da intervenção da Abert, foi a vez de a sociedade civil, representadas pelo Coletivo Intervezes, Conectas Direitos Humanos e pelo Instituto Pro Bono, intervirem na ADI 3.499/07, juntando ao processo, em 31 de outubro de 2007, uma peça de *amicus curiae* na qual reforçavam a posição do PSOL contra ao decreto. As três organizações privilegiaram o apontamento de defecções históricas na distribuição e no funcionamento dos meios de comunicação no Brasil, que, segundo entendiam, não garantem a pluralidade e a diversidade previstas pela Constituição Federal, o que seria agravado com a decisão sobre a TV digital, que

confirmava o cenário de oligopolização da radiodifusão no país (Intervozes *et al.*, 31 out. 2007). Na véspera do Natal, a Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra) também solicitou o ingresso na ação para dar suporte à Abert em defesa da constitucionalidade do decreto. A entidade vinculada aos grupos *Bandeirantes* e *Rede TV!* repôs os referenciais legais utilizados pela entidade-irmã, focalizando a legitimidade do Poder Executivo em decidir sobre tecnologia e para manter as concessões, mesmo sem a participação do Congresso Nacional; a irreversibilidade da TV digital, que demandava a consignação de canais digitais para continuar o serviço de radiodifusão; e a impertinência das questões presentes na inicial que diziam respeito à concentração midiática e à ilegalidade da exibição de múltiplas programações, o que estaria afastado pela prioridade dada pelo ISDB (e pelos radiodifusores) ao padrão de qualidade HD. Poucas semanas depois, a diretora de Engenharia de Transmissão e Apoio às Afiliadas da *Rede Globo* e vice-presidente da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (SET), Liliana Nakonechnyj, não mostrava preocupação com as resistências ao sistema “nipo-brasileiro” do SBTVD, expunha que o processo era uma resultante dos esforços “hercúleos” do setor e anunciava as boas novas<sup>211</sup> que logo viriam com a TV digital.

A implantação da televisão digital, com suas várias novas ferramentas, permitirá que a televisão aberta se modernize e possa continuar prestando à população um serviço gratuito de primeira categoria, que **não deixará nada a desejar relativamente aos serviços por assinatura**. [...] O Sistema Brasileiro de Televisão Digital contém todas as ferramentas para o oferecimento de uma televisão que entretenha, informe e eduque da forma mais plena possível. **Com o oferecimento gratuito da alta definição, evitamos a criação dos “excluídos” a um entretenimento de primeira categoria**. [...] Para uma parcela razoável da população, talvez a televisão traga **a primeira oportunidade de uma alfabetização digital**, de uma primeira exposição a telas interativas, eliminando o medo natural de interagir e interessando-se em voos progressivamente mais altos (Nakonechnyj, out. 2007, p. 03, grifos meus).

A corrida dos empresários em favor do Decreto (e da Presidência da República) intensificou-se depois a Procuradoria Geral da República<sup>212</sup> considerar procedente a Ação Direta de Inconstitucionalidade. O parecer, assinado pelo procurador geral Antônio Fernando de Souza em 19 de junho de 2009, colocou novamente em questão a legalidade do dispositivo apoiando as análises já feitas pelo MPF mineiro. O Ministério Público assentou-se na oportunidade de transformações sociais que *possibilitaria* a tecnologia digital para indicar as concordâncias ocorridas nos discursos

211 Entretanto, Nakonechnyj deixava pistas de que havia condicionantes mais definidores do que viria a ser a TV digital brasileira. Na entrevista, ela afirmou que “o modelo de negócio da radiodifusão continuará baseado no mercado publicitário. É esse modelo que possibilita a oferta gratuita à população de conteúdo audiovisual. Entretanto, os novos benefícios da televisão digital **certamente** causarão **algum impacto**” (NAKONECHNYJ, Liliana. Radiodifusoras e a implantação da TV digital. Entrevista. *T&C Amazônia*, ano 05, n. 12, out. 2007, p. 05, grifos meus). A executiva estabelecia mais uma ponderação acompanhando o anúncio de melhorias, indicando que estas não eram tão “certas” assim.

212 COSTA, Henrique. PGR afirma que Decreto 5.820 é inconstitucional. *Observatório do Direito à Comunicação*, 16 jul. 2009. Disponível em: <[http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com\\_content&task=view&id=5264](http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=5264)>. Acesso em: 16 mar. 2013.

de ambos os lados da ação. “Ora, conforme exaustivamente alegado por todas as partes no processo, a implantação do sistema digital representa um grande instrumento de inclusão social e democratização da informação” (MPF, 19 jun. 2009, p. 11). Indo além da defesa da continuidade dos serviços públicos de radiodifusão, o procurador reivindicou a “primazia do interesse público”, que ele não via atendida na decisão do governo favorável somente a um segmento implicado, e criticou a fragilidade do atendimento ao princípio da publicidade que rege a administração pública, porque o Ministério das Comunicações sequer havia divulgado a “Exposição de Motivos” do próprio ministro. Ainda assim, disse Souza, a apresentação que Hélio Costa fez sobre o Decreto nº 5.820/06 atendia apenas parcialmente à imposição de apresentar a motivações dos atos administrativos. Com a manifestação do MPF, restou à Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee, 09 nov. 2009) o papel de interpor um novo *amicus curiae*. Dessa vez, o interesse maior era confrontar o próprio instrumento da ADI, que os advogados da entidade avaliavam não ser cabível<sup>213</sup>. Num arrazoado de menos de dez páginas, a indústria eletroeletrônica só conseguiu mesmo criar um novo fato favorável ao decreto do SBTVD como contraponto à manifestação do MPF pela inconstitucionalidade. Apesar do açoitamento dos agentes privados em defender a tese deles e do Governo Federal, somente após mais de um semestre, em 05 de agosto de 2010 – novamente, assim como a instituição do próprio 5.820/06 em meio a um movimentado processo eleitoral –, a ADI foi julgada improcedente pelos ministros do Supremo. O tribunal, com grande maioria<sup>214</sup>, com o único voto contrário do ministro Marco Aurélio, julgou improcedente a ação nos termos do voto do relator, o ministro Carlos Ayres Britto, que recusou todas as alegações apresentadas pelo PSOL e pelos *amici curiae*.

O Decreto 5.820/2006 não outorga, não modifica, nem renova concessão, permissão ou autorização de serviço de radiodifusão de sons e imagens. Tampouco prorroga qualquer prazo. Inexistência de violação ao art. 223 da Constituição Federal. Também não há ofensa ao § 5º do art. 220 da Carta da República. Se monopólio ou oligopólio está a ocorrer, factualmente, nos meios de comunicação brasileiros, não é por conta do decreto ora impugnado, cuja declaração de inconstitucionalidade seria inútil para afastar a suposta afronta ao Texto Magno. Ação que se julga improcedente (STF, 2007, p. 04).

A introdução da TV digital sob a norma japonesa, na verdade, já estava consumada com o próprio Decreto nº 5.820/06, cuja assinatura foi a formalização da chancela pela qual os empresários esperavam para estudar, nos meses seguintes, como se dariam os atalhos possíveis para o financiamento da transição tecnológica. O momento era comemorado<sup>215</sup> pelos radiodifusores

<sup>213</sup> Colocação que parecia extemporânea, dado que o STF já havia acolhido a ação, diferentemente do que ocorrera com a tentativa do MPF-MG em 2006.

<sup>214</sup> Além do relator, votaram contra a ADI 3.944/07 os ministros Cármen Lúcia, Ricardo Lewandowski, Gilmar Mendes e o presidente do STF, Cezar Peluso. José Dias Toffoli declarou-se impedido de votar por ter atuado, até meses antes do julgamento, como advogado-geral da União nomeado pelo presidente Lula.

<sup>215</sup> FESTA com os pés no chão. **Tela Viva**, ano 15, n. 164, set. 2006, p. 14-20.

como um retorno ao papel de protagonistas, em última instância, das políticas de comunicação relacionadas à televisão. “[O ministro Hélio Costa] resgatou o direito dos engenheiros de televisão brasileiros de participar do processo (da TV digital)”, avaliava Roberto Franco, do SBT e da SET, que também integraria o Fórum SBTVD. No segundo semestre de 2006, começou o processo de implantação. Ainda que não tivessem nenhuma perspectiva imediata de iniciar as transmissões digitais, as emissoras e a indústria de equipamentos discutiam o financiamento da transição e pressionavam o governo por incentivos na forma de disponibilização de crédito e de renúncias fiscais<sup>216</sup>. A demanda, contudo, não era uma novidade. Além da ajuda do “Pró-Mídia” do governo de Fernando Henrique Cardoso, o gerente de Planejamento da Central Globo de Engenharia, Carlos de Brito Nogueira, já declarava que, “obviamente, os incentivos [do Governo] são um importante fator para implantação” (Nogueira, 2005, p. 167). A justificativa era de que o Governo Federal seria “o maior interessado” na digitalização porque, após o final da transição e a devolução dos canais analógicos, a banda de frequência sobrando poderia ser destinada a outros serviços, o que, de fato acabaria acontecendo.

O contexto ainda era de muita euforia. O diretor geral da *Rede Globo*, Octávio Florisbal, por exemplo, apostava em ganhos financeiros que seriam gerados a partir da oferta da nova tecnologia. “Novas receitas virão de forma gradual, lenta e regional”, previu. Não obstante o desejo de fazer uso desse valor agregado, ele adiantava que o governo estava sendo “muito otimista” ao estipular o prazo de dez anos para finalizar a migração e “desligar” as transmissões analógicas (etapa também conhecida como “apagão analógico” ou “*switch-off*”). De fato, essa não era a realidade objetiva: a tecnologia digital não seria responsável, pelo menos não foi nos primeiros cinco anos, pelo incremento do mercado publicitário da televisão. Em 2005, o diretor da afiliada da *Globo* na região Sul (*RBS*), Romero Vieira da Rosa, fazia uma análise mais “pé no chão”, expressão que a *TelaViva* utilizou em setembro de 2007 para classificar registrar as dificuldades financeiras que limitariam as funcionalidades da TV digital, a maioria das quais até hoje represada.

Se analisarmos hoje, os produtos da televisão brasileiros estão muito baixos, estão muito aquém do que o telespectador quer ver. Tem muita violência, muita produção barata. É muito caro fazer produção de qualidade. Falta talento, faltam recursos técnicos e financeiros. [...] É muito difícil fazer uma programação com qualidade 24 horas por dia. O mercado publicitário não suportaria. E, se não for uma coisa que não tenha o interesse do público, quem vai querer assistir? (Rosa, 2005, p. 179).

---

<sup>216</sup> Em outubro de 2007, pouco antes da inauguração do SBTVD-T, o presidente Lula reduziu a zero a alíquota do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) que incidisse sobre os equipamentos destinados à televisão digital. (LULA zera imposto sobre equipamentos de TV. **Folha de S. Paulo**, 09 out. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u335078.shtml>>. Acesso em: 17 mar. 2013).

A digitalização só se apresentaria para o grande público, de forma mais objetiva, depois de o governo e os empresários terem se apressado para dar início às operações do SBTVD-T, o que aconteceu em 02 de dezembro de 2007<sup>219</sup>. Na manhã daquele domingo reservado para a festa de inauguração oficial da TV digital no Brasil, os atropelos das promessas inconsistentes mostraram-se bem mais evidentes. Os jornais<sup>219</sup>, que trouxeram reportagens especiais tratando da digitalização, responsabilizavam a escolha do padrão japonês de TV digital por ter proporcionado o encarecimento do custo da nova tecnologia aos consumidores e, ao contrário do que os empresários e o Ministério das Comunicações diziam na campanha pró-ISDB, não havia muito o que se comemorar, porque não havia chegado os investimentos de empresas japoneses – nem em capital, nem em instalação de fábricas de semicondutores –, conforme estava estabelecido nas “intenções” de junho de 2006. “A TV digital que começa a operar oficialmente hoje, em São Paulo, é boa para as redes de TV, mas não trouxe ganhos aos pais previstos pelo governo” (Castro, 02 dez. 2007). Minando ainda mais as outrora tão difundidas vantagens do digital, a televisão pouco mudaria também em termos técnicos: “no início, a grade de programação terá poucas atrações em alta resolução, em horário nobre”<sup>220</sup>. Entretanto, o investimento<sup>221</sup> das redes em programação de alta definição ainda era reduzido. A Record e o SBT, que concorriam entre si pela segunda colocação no Ibope, só tinham filmes para oferecer. A Globo e a Bandeirantes eram as que mais haviam investido na produção de conteúdos com essa tecnologia. “Ainda não dá para dizer quanto haverá de produção em HDTV daqui a um ano. Vamos esperar a resposta do mercado”, disse o diretor de engenharia da TV Globo em São Paulo, Raymundo Barros, no dia do início das transmissões. A imprensa<sup>222</sup> destacava ainda o alto custo dos *set-top boxes* à venda no mercado, que tinham o custo médio de R\$ 700 – o mais barato não saía por menos de R\$ 500. O preço do equipamento, muito afetado pelos custos de uma tecnologia estrangeira, ia de encontro às afirmações da diretora da Globo Liliana Nakonechnyj, ainda no período de disputa entre os sistemas para a TV digital

---

217 Antes, desde maio de 2007, a *TV Globo* de São Paulo já vinha realizando com um transmissor instalado, inclusive com a veiculação de competições dos *Jogos Pan-americanos* de 2007, realizados no Rio de Janeiro, para alguns receptores distribuídos na capital paulista.

218 No mesmo dia, começava a funcionar a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), posteriormente regulamentada pela Lei nº 11.652/08, que também tratava dos princípios e dos objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta.

219 CASTRO, Daniel. Padrão japonês encarece TV digital. **Folha de S. Paulo**, 02 dez. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj0212200701.htm>>. Acesso em 17 mar. 2013.

220 ALTA definição virá apenas em algumas atrações. **Folha de S. Paulo**, 02 dez. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj0212200708.htm>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

221 INVESTIMENTO das grandes redes em programação de HDTV ainda é tímido. **Folha de S. Paulo**, 02 dez. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj0212200705.htm>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

222 RODRIGUES, Camila. Confira dicas para escolher o conversor. **Folha de S. Paulo**, 02 dez. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj0212200707.htm>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

brasileira: “é fundamental, pois, que a tecnologia escolhida só seja adotada após a negociação dos *royalties* envolvidos, da garantia de repasse tecnológico em condições não-discriminatórias a toda a indústria brasileira” (Montez; Becker, 2005, p. 171).

O convidado de honrar e orador mais esperado da cerimônia, ocorrida na Sala São Paulo, era o presidente Lula<sup>223</sup>, que declarou sobre a história a radiodifusão nacional: “uma TV gratuita e aberta tem que preservar a inclusão social, o caráter que sempre norteou a televisão aberta brasileira”. E continuou, apontando o que, para ele, seria o futuro próximo: “será possível assistir TV [*sic*] caminhando na rua, em um banco de praça; é uma **verdadeira revolução**. Vai proporcionar disseminação da cultura brasileira, estimular nossa indústria, gerando emprego, renda e oportunidade para o Brasil” (grifo meu). Era tudo o que os empresários precisavam escutar do governo, dourando a nova tecnologia que chegava ao Brasil “incompleta, sem interatividade e ainda com poucos programas em alta definição produzidos pelas emissoras”. Além dele Dilma Rousseff, que era ministra-chefe da Casa Civil, e Hélio Costa falaram durante o ato, que foi transmitido em *pool* de 12 minutos pela Globo, Record, SBT, Bandeirantes, Rede TV! e TV Cultura<sup>224</sup>. Da confraternização, a notícia mais destacada foi o anúncio de mais uma linha de financiamento direcionada para fomentar a tecnologia. A intenção era tornar mais acessíveis os preços dos conversores digitais por meio de um programa de incentivo à implantação da TV digital no valor de R\$ 1 bilhão, que seria ofertado pelo BNDES com foco no comércio varejista. Em fevereiro de 2007, o governo já havia lançado outro programa, também do BNDES e no mesmo valor, para fornecedores de equipamentos, empresas de radiodifusão e produção de programas na nova tecnologia. A pauta do lançamento do SBTVD-T, então, passou a ser não o empenho do Estado e dos atores privados para confirmar as mudanças que eram prometidas à população havia pelo menos quinze anos, mas se os brasileiros poderiam ou não comprar o *set-top box* para assistir às mesmas redes nacionais ou se as emissoras teriam acesso a crédito para instalar os equipamentos para exibir os mesmos conteúdos, ainda que, possivelmente, estes fossem veiculados em HD – apenas parcialmente, como eles mesmos admitiram.

Lançado dez meses antes de iniciadas as transmissões, o Programa BNDES de Apoio à Implantação do Sistema Brasileiro de TV Digital (ProTVD)<sup>225</sup>, por meio de mecanismos de

---

223 LULA anuncia incentivo de R\$ 1 bi para baratear conversor. **Estadão.com.br**, 02 dez. 2007. Disponível em: <http://www.estado.com.br/noticias/tecnologia,lula-anuncia-incentivo-de-r-1-bi-para-baratear-conversor-,89395,0.htm>. Acesso em: 17 mar. 2013.

224 LOBATO, Elvira. Lula anuncia mais R\$ 1 bi para TV digital. **Folha de S. Paulo**, 03 dez. 2007. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0312200702.htm>. Acesso em: 17 mar. 2013.

225 BNDES. Institucional. Apoio Financeiro. Programas e Fundos. **BNDES ProTVD**. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br>. Acesso em: 18 mar. 2013.

financiamento e de participação acionária, prometia apoiar investimentos para a implementação do Sistema Brasileiro de TV Digital, a partir das modalidades Fornecedor (empresas produtoras de software, componentes eletrônicos, equipamentos e infraestrutura), Radiodifusão (também nomeada “Difusor”: empresas de radiodifusão geradoras, transmissoras e retransmissoras), Conteúdo (produção digital de obras de audiovisual para TV pelas emissoras e produtoras independentes) e Consumidor (comercialização do conversor que permitirá transformar o sinal digital, para recepção nos atuais televisores). A evolução dos empréstimos direcionados a esses segmentos e a quantidade de empresas interessadas nas linhas de financiamento (**Tabela 5**) traduzem a relevância que teve o programa do banco estatal e também a prioridade dada pelos radiodifusores à transição para o digital. Em maio de 2008, mais de um ano após a disponibilização do crédito público, com taxas de juros que variavam de 0,9% a 2,5% ao ano – infinitamente menores do que as de qualquer empréstimo convencional para pessoas físicas – o fracasso<sup>226</sup> do ProTVD era patente. Até o final de 2007, os únicos beneficiários haviam sido o SBT e algumas afiliadas da rede, que tinham contratado pouco mais de R\$ 8,2 milhões, além da empresa de tecnologia da informação Quality, único cliente a acessar o ProTV todos os anos, que solicitara irrisórios R\$ 72 mil. Em 2008, a Rede Canção Nova, a mesma firma de TI e novamente o SBT (desta vez do Rio de Janeiro), somados, obtiveram a concessão de R\$ 17,7 milhões. Em 2009, o montante executado pelo BNDES foi de aproximadamente R\$ 22 milhões, tendo como destinatários a rede católica, a empresa de *software/hardware* e, dessa vez, a TV Panorama e a TV Integração, afiliadas da Rede Globo em Minas Gerais. Em 2010, os empréstimos do programa não passaram de R\$ 2,7 milhões – apesar disso, o maior cliente daquele ano, com a contratação de quase R\$ 2,5 milhões, tinha um peso especial: tratava-se do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD), ator relevante e protagonista em quase todos os pontos da linha histórica da TV digital no Brasil. Em 2011, a quantia foi R\$ 96 mil, destinada somente para a Quality. Já 2012 foi o ano com o maior valor total contratado, R\$ 23,6 milhões, com a participação majoritária da Rede Gazeta de Comunicações, grupo proprietário de quatro emissoras afiliadas da Rede Globo no Espírito Santo.

**Tabela 5 – Operações de financiamento contratadas – BNDES ProTVD (2007-2012)**

<b>Empresa (razão social)</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ano(s)</b>	<b>Valor contratado</b>
A GAZETA DO ESPIRITO SANTO RADIO E TV LTDA.	<i>TV Gazeta</i> , afiliada da Rede Globo com sede em Vitória (ES) – matriz da <i>Rede Gazeta de Comunicações</i>	2012	R\$ 1.675.000,00
FUNDAÇÃO CPQD CENTRO PESQUISA	Fundação CPqD, com sede em Campinas (SP)	2010	R\$ 2.484.855,00

226 PROGRAMA do BNDES para apoiar a TV digital não emplaca, e regras podem mudar. **Cidade Biz**, 26 mai. 2008. Disponível em: <[http://cidadebiz.ig.com.br/conteudo\\_detalhes.asp?id=43168](http://cidadebiz.ig.com.br/conteudo_detalhes.asp?id=43168)>. Acesso em: 17 mar. 2013.

DESENV TELECOMUNICAÇÕES	EM			
FUNDAÇÃO PAULO II	JOÃO	Rede Canção Nova	2008-2010	R\$ 11.130.264,00
QUALITY S/A	SOFTWARE	Empresa de tecnologia da informação especializada em infraestrutura de hardware, software e sistemas com sede em São Paulo (SP) e no Rio de Janeiro (RJ).	2008-2012	R\$ 6.512.402,00
RADIO TELEVISÃO DE UBERLÂNDIA LTDA.		<i>TV Integração</i> , afiliada da Rede Globo com sede em Uberlândia (MG), cabeça da <i>Rede Integração</i>	2009	R\$ 20.200.900,00
SISTEMA NORTE DE RADIO E TELEVISÃO LTDA.		<i>TV Gazeta</i> , afiliada da Rede Globo em Linhares (ES)	2012	R\$ 1.980.000,00
TELEVISÃO CACHOEIRO LTDA.		<i>TV Gazeta Sul</i> , afiliada da Rede Globo com sede em Cachoeiro de Itapemirim (ES)	2012	R\$ 1.442.000,00
TELEVISÃO SOROCABA LTDA.		<i>TV Sorocaba</i> , afiliada do <i>SBT</i> com sede na cidade homônima e proprietária de outra emissora em Jundiaí (SP).	2007	R\$ 909.753,00
TV JUIZ DE FORA LTDA.		<i>TV Panorama</i> , afiliada da Rede Globo com sede em Juiz de Fora (MG)	2009, 2012	R\$ 8.234.000,00
TV RIO SUL LTDA		<i>TV Rio Sul</i> , afiliada da Rede Globo nas regiões Sul e Centro-Sul fluminenses, com sede em Resende (RJ)	2012	R\$ 10.898.658,00
TV SBT CANAL 11 DO RIO DE JANEIRO LTDA.		<i>SBT</i> Rio de Janeiro (RJ)	2008	R\$ 989.618,00
TV SBT CANAL 3 DE NOVA FRIBURGO LTDA.		<i>SBT</i> Nova Friburgo (RJ)	2007	R\$ 1.209.811,00
TV SBT CANAL 4 DE SÃO PAULO S/A		<i>SBT</i> São Paulo (SP)	2007	1.169.061,00
TV SBT CANAL 5 DE BELÉM S/A		<i>SBT</i> Belém (PA)	2007	163.585,00
TV SBT CANAL 5 DE PORTO ALEGRE S/A		<i>SBT</i> Porto Alegre (RS)	2007	1.285.656,00
TV STUDIOS DE BRASÍLIA LTDA.		<i>SBT</i> Brasília	2007	R\$ 163.858,00
TV STUDIOS DE JAÚ S/A		<i>SBT</i> Centro-Oeste Paulista, com sede em Jaú (SP)	2007	R\$ 1.600.986,00
TV STUDIOS DE RIBEIRAO PRETO S/C		<i>SBT</i> Interior Paulista, com sede em Ribeirão Preto (SP)	2007	R\$ 1.794.945,00

LTDA			
VIDEO EXPRESS LTDA.	TV Gazeta Noroeste, afiliada da Rede Globo com sede em Colatina (ES)	2012	R\$ 831.000,00
	<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 74.616.079,00</b>
<b>Fonte:</b> Elaboração própria a partir de dados do BNDES obtidos em 30 de janeiro de 2013 por meio de solicitação apresentada à instituição com base na Lei de Acesso à Informação Pública (Lei nº 12.527/11) – Protocolo nº 99903.000019/2013-72.			

Em síntese, o maior programa de incentivo à TV digital brasileira, operado pelo BNDES, só teve operações nas modalidades “Fornecedor”, beneficiando CPqD e Quality com a soma de R\$ 8.997.257,00, e “Difusor”, favorecendo as emissoras listadas abaixo com a monta de R\$ 65.618.822,00. No total geral, foram executados menos de R\$ 75 milhões do total de R\$ 1 bilhão, cifra que era prometida e festejada como suficiente, juntamente com as renúncias fiscais, a publicidade governamental e outros incentivos diretos e indiretos que subvencionam a radiodifusão no Brasil. As emissoras de rádio e de televisão terão direito a compensação fiscal, via desconto no pagamento do Imposto de Renda de Pessoas Físicas (IRPJ), pela cessão obrigatória do horário gratuito previsto no Art. 52 da Lei nº 9.096/95, regulamentado pelos Decretos nº 3.516/00 e nº 5.331/05, e no Art. 99 da Lei nº 9.504/97, regulamentado pelos decretos nº 2.814, de 1998, nº 3.786, de 2001, e nº 5.331, de 2005. Ambos seguem o disposto no Art. 14 do Decreto nº 57.690, de 1966 (“o preço dos serviços prestados pelo Veículo de Divulgação será por êste fixado em Tabela pública, aplicável a todos os compradores, em igualdade de condições, incumbindo ao Veículo respeitá-la e fazer com que seja respeitada por seus Representantes”). Além disso, o setor tem o privilégio da isenção nacional do tributo estadual ICMS, de acordo com Art. nº 155<sup>227</sup> da Lei Complementar nº 87/96, a “Lei Kandir”.

A complexidade de fatores implicados – fabricação e venda de decodificadores, cobertura dos sinais digitais, além do próprio interesse da população, entre outros –, aliada aos inevitáveis gastos que os usuários têm de fazer para , eram os principais obstáculos alegados por governo e empresários para explicar o estaque a televisão no Brasil de progredir na migração do analógico para o digital com o mesmo avanço verificado em países como Japão e Estados Unidos, além da União Europeia, onde surgiram os sistemas mais utilizados no mundo. Os radiodifusores nacionais também não anteviam que, em 2008, quando as transmissões digitais sequer haviam completado um ano, o mundo capitalista esbarraria em mais uma crise aguda que afetou a banca financeira e, por

---

227 Inserido pela Emenda Constitucional nº 42, de 2003: “o imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, ainda que as operações e as prestações se iniciem no exterior não incidirá nas prestações de serviço de comunicação nas modalidades de radiodifusão sonora e de sons e imagens de recepção livre e gratuita”.

consequente, a oferta de crédito. Embora a publicação da SET, como a voz *técnica* dos empresários, exaltasse o “deslanche” do Sistema Brasileiro Digital, no mesmo texto<sup>228</sup>, que trazia entrevistas com representantes de todas as redes nacionais, assumia-se que, “do outro lado do balcão, o do consumidor, o cenário é um pouco menos risonho. O brasileiro ainda não conhece bem a TV Digital”. Mas, passado um mês, em setembro de 2008, a então recém-empossada presidenta da SET, Liliana Nakonechyj<sup>229</sup> não tinha dúvidas do êxito da TV digital brasileira.

É um sucesso, sim. Lançamos a TV Digital somente 18 meses após a decisão do governo, e entre a decisão e o lançamento foram escritas as especificações de nosso sistema. Desde o lançamento, já havia produtos de consumo disponíveis no mercado. Sete meses depois, a TV digital está presente em outras três regiões metropolitanas, surgiram inúmeros novos produtos de consumo, houve uma queda significativa nos preços de vários deles e há dez redes diferentes transmitindo em HD – a maior parte com vários programas em alta definição. Não corro qualquer risco afirmando que nosso lançamento foi um dos mais bem sucedidos do mundo! (**Revista da SET**, n. 102, set. 2008, p. 34).

A avaliação era uma síntese dos debates ocorridos no XX Congresso da SET, mesmo evento no qual, segundo notícia da revista da entidade, o ministro Hélio Costa reclamou mais empenho dos proprietários de emissoras de rádio sobre a digitalização do setor, que “virá mais dia, menos dia” - até 2012, não havia sequer sido iniciada. “Digitalizar é crescer. Ficar no analógico é desaparecer”, afirmou. O ministro aproveitou ainda a palestra no encontro da Sociedade para cobrar das geradoras de televisão a divulgação da televisão digital. “Eu não estou vendo a TV brasileira vender a TV digital”, exigiu. Os VTs que “vendiam” a população sobre o SBTVD, muito sazonais, geralmente trazem o discurso de que as vantagens da digitalização, com mais definição e com o fim de ruídos e chuviscos, estão sendo oferecidas “gratuitamente” aos telespectadores. Naqueles anos, de 2009 em diante, tratava-se não só de ofertar o ISDB-T à *brasileira* internamente, incentivando a transição do analógico para o digital junto às emissoras locais e regionais e também para as redes nacionais. Os planos do governo brasileiro envolvia uma estratégia geopolítica e econômica de expandir a norma japonesa pelo mundo, com especial atenção para os países da América Latina, inicialmente, e depois para os da África. A linha de ação confirmava a orientação diplomática dos governos do PT (Lula e Dilma Rousseff) de privilegiar as relações comerciais no eixo Sul-Sul, dando mais peso à importância dos países do hemisfério na balança comercial (e cultural) do Brasil, dando certa razão nas avaliações feitas por Ángel Badillo e Patricia Marengi (2011) e por Luis A. Albornoz e Maria Trinidad García Leiva (2012).

Em 2009, alegando a intenção de pôr em marcha a interatividade na TV aberta, as emissoras comerciais buscavam desenvolver pesquisas e realizar testes para desenhar as primeiras aplicações

228 TV digital: após sete meses, o deslanche. **Revista da SET**, ago. 2008, p. 03-12.

229 NAKONECHYJ, Liliana. A maior convergência ocorrerá no terminal do cidadão. Entrevista. **Revista da SET**, n. 102, set. 2008, p. 33-35.

para o brasileiro Ginga<sup>230</sup>, que, concomitantemente, era desacreditado dentro do próprio país pela indústria eletroeletrônica instalada na Zona Franca de Manaus. “A corrida agora é para descobrir quais os modelos que funcionarão e trarão resultados”, afirmava a *TelaViva* de setembro daquele ano. O interesse em destacar a composição do *middleware* nacional tinha também um ingrediente comercial voltado para o exterior: os radiodifusores queriam, com isso, sedimentar a ideia de que existia a norma “nipo-brasileira”, que era denominada ISDB-Tb ou SBTVD-T, sendo que esta sigla tinha a predileção para promoção internacional de um sistema que teria a “marca” nacional. O objetivo era colocar o Brasil como líder da migração para a alta definição na América Latina, em uma nova ação de cooperação entre o Governo Federal e os empresários. Luis A. Albornoz e Maria Trinidad García Leiva (2012b, p. 273) afirmam que, do ponto de vista político, o continente americano “entra no século XXI dividida em dois”, já que a América do Norte (incluindo-se América Central e Caribe) estaria centrada nos EUA, enquanto a América do Sul teria o protagonismo do Brasil, o que estaria expresso nas divisões continentais da introdução dos sistemas ATSC (estadunidense) e ISDB-Tb (“nipo-brasileiro”), cujas promoções foram capitaneadas pelos dois países, respectivamente.

Na mesma edição, a revista especializada relatava como uma das “melhores notícias” relacionadas com o SBTVD-T era a adoção, pela Argentina, do “padrão nipo-brasileiro ISDB-T”, invertendo o processo que indicava a tendência de introduzir a norma ATSC, dos Estados Unidos – segundo a matéria, o resultado era “mérito dos esforços do governo e do Fórum de TV Digital [Fórum SBTVD]”. Somava-se, ainda, o Peru ao bloco dos países alinhados à norma japonesa. Depois, ainda seguiriam o mesmo caminho Bolívia, Chile, Equador, Paraguai, Venezuela e até o Uruguai, que, em situação similar à da Argentina, já havia cancelado o europeu DVB, mas, com a posse do presidente José Mugica, em 2011, voltou atrás e preferiu fortalecer a tecnologia “brasileira”. As informações do mapa normativo da TV digital da América do Sul<sup>231</sup> (**Tabela 6**) confirma que, pelo menos formalmente, a meta diplomática e comercial havia sido alcançada. Enquanto isso, no Brasil, o progresso do ISDB-Tb andava um pouco mais devagar. A SET anunciou, na abertura do evento, números “oficiais” do Fórum SBTVD, que considerava existir no país 1,8 milhão de receptores de TV digital terrestre, incluindo *set-top boxes*, TVs integradas, celulares, antenas para computadores, entre outros dispositivos – isso após quase dois anos do início das transmissões. A indústria da televisão comemorava a expansão do *nosso* sistema como uma vitória tão importante quanto sediar os Jogos Militares de 2011, a Copa do Mundo de Futebol de

---

230 A TV que não é só para ver. *TelaViva*, ano 18, n. 197, set. 2009, p. 28-30.

231 Quanto ao restante da América Latina, o Brasil só conseguiu atrair para o ISDB-Tb os governos de Belize (2010), da Costa Rica (29 abr. 2010, com início das transmissões em 2011) e da Nicarágua (com início das transmissões em 17 ago. 2010).

2014 ou as Olimpíadas de 2016<sup>232</sup>. “A expectativa do governo é que com isso haja aumento na escala de produção de receptores, com queda nos preços e maior agilidade na transição para a TV digital”, analisava a *TelaViva* de outubro de 2009. O preço dos decodificadores chegou até a reduzir, mas muito mais pela baixa procura e pelo barateamento natural devido à obsolescência dos modelos disponíveis do que propriamente pelo grande número de telespectadores que adquiriram o componente. Mesmo porque, apesar da decisão em favor do sistema *do* Brasil, muitos países ainda não iniciaram as transmissões digitais.

<b>Tabela 6 – Sistemas e cronograma da TV digital na América do Sul</b>			
	<b>Norma adotado (data da decisão oficial)</b>	<b>Início das transmissões</b>	<b>Previsão para o <i>switch-off</i></b>
<b>Argentina</b>	SBTV-D-T (28 ago. 2009)	s.d. [19 jul. 2010] <sup>233</sup>	2019
<b>Bolívia</b>	SBTV-D-T (05 jul. 2010)	10 mai. 2012	2024
<b>Brasil</b>	SBTV-D-T (29 jun. 2006)	02 dez. 2012	2016
<b>Chile</b>	SBTV-D-T (14 set. 2009)	2010	2017
<b>Colômbia</b>	DVB-T (28 ago. 2008)	29 jan. 2010	2017-2020
<b>Equador</b>	SBTV-D-T (26 mar. 2010)	s.d.	s.d.
<b>Guiana Francesa</b>	s.d.	s.d.	s.d.
<b>Guiana</b>	s.d.	s.d.	s.d.
<b>Paraguai</b>	SBTV-D-T (jun. 2010)	mai. 2012	s.d.
<b>Peru</b>	SBTV-D-T (23 abr. 2009)	30 mar. 2010	2023
<b>Suriname</b>	s/d	s/d	s/d
<b>Uruguai</b>	SBTV-D-T (27 dez. 2010)	s/d	2014-2015
<b>Venezuela</b>	SBTV-D-T (06 out. 2009)	jun. 2007 (testes)	2018

**Fonte:** DTV Status. Disponível em <<http://en.dtvstatus.net>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

Em setembro de 2009, o ministro Hélio Costa afirmou<sup>234</sup>, referindo-se aos casos de Peru e Chile, que o Brasil possuía créditos suficientes para ajudar a financiar os investimentos necessários

232 LAUTERJUNG, Fernando. Hermanos digitais. *TelaViva*, ano 18, n. 198, out. 2009, p. 14.

233 Em 19 de julho de 2010, a *Radio y Televisión Argentina Sociedad de Estado* (RTA) foi autorizada pela autoridade de regulação a iniciar as transmissões digitais.

234 PERU e Chile adotam sistema nipo-brasileiro. *Valor Econômico*, 15 set. 2009. Disponível em: <<http://www.americalatina.org.br/internas.php?noticias=&interna=29268>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

à adoção do sistema nos países da América do Sul e da África. Dedicados a essa tarefa, a gestão do Minicom e até a diplomacia do Itamaraty conversavam com praticamente todos os governos dos dois continentes, atuando praticamente como adidos comerciais da tecnologia japonesa. Costa disse que o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) já tinha à disposição uma linha de crédito de R\$ 1 bilhão que estará à disposição dos países que queiram aderir ao sistema de TV digital nipo-brasileiro. Com base nessa declaração de Costa, instou-se o banco estatal instado a informar os relatórios anuais dos empréstimos concedidos a governos de outros países – principalmente os da América do Sul e da África – para apoiar a implantação da TV digital terrestre com o SBTVD-T), relacionando todos os beneficiários com a discriminação de informações como valores emprestados, condições financeiras, saldos e itens de uso dos respectivos empréstimos. O requerimento teve como base os exemplos de Peru e Chile, mas também foi mencionado o acordo feito pelo Ministério das Comunicações brasileiro, “via BNDES”, com o governo do Uruguai e também as negociações com a Argentina<sup>235</sup>, todos amplamente noticiados em 2009. A resposta da instituição financeira faz desmoronar a base do maior argumento financeiro do Governo Federal para conseguir introduzir o ISDB-T em outros países.

O BNDES, por meio de suas linhas de apoio ao comércio exterior, não financia projetos em outros países, mas a exportação de bens e serviços brasileiros, com recursos desembolsados aos exportadores, no Brasil, mediante comprovação das exportações realizadas. Informamos que não houve concessão de empréstimos pelo BNDES para apoio a exportações destinadas a projetos relacionados ao objeto descrito em sua solicitação de informação (BNDES. **Sistema Acesso à Informação – Pedido Respondido**. Mensagem recebida em 25 fev. 2013)<sup>236</sup>.

Em abril de 2011, o diretor do SBT Roberto Franco, presidente do Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital e do Fórum Internacional do ISDB-T, disse<sup>237</sup> que faltavam dados consolidados dos países que adotaram a norma nipônica. Mas, de acordo com os cálculos de Franco, o sistema japonês contava, naquele momento, com um mercado potencial de 543 milhões de usuários, total da população dos países que aderiram à norma. O padrão chinês de TV digital, o DMB, é o que contava com o maior número de usuários potenciais (1,3 bilhão de pessoas). Em segundo lugar, estava o padrão DVB europeu, o DVB (709 milhões de usuários), seguido do ISDB-T (incluindo o *brasileiro* ISDB-Tb). Por último está o padrão americano, o ATSC, com 512 milhões de usuários. A *TelaViva* de abril de 2011 levantava a hipótese de que “padrão nipo-brasileiro, no entanto, pode [poderia] ampliar sua cobertura caso seja adotado em países africanos”. Ao Governo

235 ARGENTINA vai adotar sistema nipo-brasileiro de TV digital. **Estado de S. Paulo**, set. 2009. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,argentina-vai-adotar-sistema-nipo-brasileiro-de-tv-digital,425870,0.htm>>. Acesso em: 06 mar. 2013.

236 Informação obtida do BNDES em 25 de fevereiro de 2013 por meio de solicitação apresentada à instituição com base na Lei de Acesso à Informação Pública (Lei nº 12.527/11) – Protocolo nº 99903.000110/2013-98.

237 BRILHO emergente. **TelaViva**, ano 20, n. 214, abr. 2011 p. 18-20.

Federal, à indústria de televisores e aos radiodifusores certamente ainda interessa a conquista da África pelo SBTVD-T. Não à toa, até o momento, existem gestões da diplomacia brasileira em curso para alcançar novas adesões ao ISDB-T no outro lado do Atlântico Sul, com o interesse centralizado em Angola (sócio prioritário nas negociações), Botsuana, Namíbia, Zâmbia e Congo. “Apesar disso, as possibilidades de ganhas adeptos se complicaram com a decisão da SADC (Albornoz; García Leiva, 2012b, p. 274-275). No final de 2010, a Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral (SADC, na sigla em inglês) decidiu, recomendar a adoção do sistema DVB-T aos 15 países integrantes. No entanto, na África, até março de 2013, 26 países já adotaram o sistema europeu DVB-T, e outros 22 fizeram um acordo durante a Conferência Regional de Radiocomunicações de 2006 da União Internacional de Telecomunicações (UIT). Isso significa que existe a tendência de que, assim como os países integrantes da SADC, todos os países participantes desse pacto deverão utilizar o DVB-T na transição do analógico para digital. Outros 7 países africanos estão totalmente indefinidos quanto à tecnologia de TV digital.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os radiodifusores brasileiros, liderados pelas redes nacionais – Globo, Record e SBT com maior densidade – e suas entidades nacionais, quiseram, com a introdução da TV digital terrestre, estabelecer, para a televisão aberta comercial do país, uma nova era do “fim de”, que Vincent Mosco (2004, p. 55) chama de “espírito do milênio” na análise dos impactos das tecnologias nos últimos 150 anos. No livro com o sugestivo título *The digital sublime: myth, power, and cyberspace*, ele narra o percurso das principais tecnologias que surgiram da segunda metade do século XIX até o fantástico mundo do ciberespaço a partir das histórias – no sentido amplo do termo, inclusive com causos incríveis – que cada uma trouxe consigo. Desde a descoberta do princípio que daria base técnica para a invenção do instrumento, como a transmissão sem fio, que deu origem ao telégrafo e, depois, ao rádio e à TV *hertzianos*, até o uso final dos consumidores, foram elaboradas conjecturas quanto aos benefícios que, à parte a consistência dos argumentos, passaram a ser reeditados em diferentes momentos nesse período. Mosco (2004, p. 01-02) se diz impressionado como as previsões sobre as novas tecnologias pouco têm mudado ao longo do tempo. “Assim como as pessoas saudaram a Era do Telégrafo, a Era da Eletricidade, a Era do Telefone, a Era do Rádio ou a Era da Televisão, nós dizemos agora que tamos na Era do Computador” compara. Mais ainda, Mosco ironiza mesmo ao *Recordar*, por exemplo, que a eletricidade era a salvação da humanidade, inclusive se apresentando, muitas vezes, como a pedra de toque para a instalação da paz mundial, mas, ao se consolidar, os mitos construídos em torno dela tornaram-se absurdos de tão inverossímeis ou ingênuos que eram – assim também aconteceu com o telégrafo, o carro, o rádio, a TV a cabo e, agora, com a Internet.

Esses *mitos tecnológicos*, assim como aquele problematizado por Roland Barthes nos anos 1950 – Mosco também refere-se a ele – não são nada inverossímeis nem muito menos ingênuos; portanto, está longe de ser inofensivo. “Os mitos ajudam [os tecnólogos] a lidar com as contradições que inevitavelmente vêm com as rápidas mudanças tecnológicas e, como um benefício adicional, os mitos adicionam uma bênção sagrada”, ensina (Mosco, 2004, p. 82). Os concessionários brasileiros sabem disso e, identificando a iminente exaustão da *velha* televisão, trabalharam, juntamente com o Estado e com a parceria de outros setores, como a indústria eletroeletrônica, para moldar uma imagem mitificadora da *nova* televisão que fatalmente chegaria ao país por meio de uma digitalização que ocorre no contexto de forças comerciais poderosas e também serve ao avanço do processo geral de mercantilização global. “Em outras palavras, as forças comerciais aprofundam e expandem o processo de digitalização porque ele possibilita que elas ampliem a forma mercantil na comunicação” (Mosco, 2004, p. 156).

Assim, aliás, fizeram os empresários dos setores da comunicação e da informação desde

sempre. A folha corrida de mitos já tinha episódios caricaturais, como a declaração do presidente da *General Electric* de que o rádio seria capaz de gerar “a paz geral e perpétua na Terra” – obviamente, as intenções eram outras: pouco tempo depois, a GE compraria a *Radio Corporation of America* (RCA) e alcançaria enormes ganhos no mercado do *broadcasting* (Mosco, 2004, p. 128-129). Um pouco adianta, o surgimento da TV a cabo, em uma das várias viradas tecnológicas da televisão, só fez crescer com as promessas do meio, e, como já havia ocorrido com o rádio e com a própria TV, a educação era o ponto de partida para idealizar as promessas de bem-aventurança “Na verdade, houve uma sensação muito mais forte de a TV a cabo poderia trazer uma transformação épica, se comparado ao caso da TV aberta”. No início, Associação da Indústria Eletrônica dos Estados Unidos pensava em desenvolver sistema nacional de cabo que ofereceria correio eletrônico, acesso a bibliotecas, vigilância eletrônica e até a possibilidade de “ir” ao banco e fazer compras por meio eletrônico (Mosco, 2004, p. 137-138). No Brasil, as estratégias discursivas e “técnicas” também se orientavam nesse sentido, que recheavam de esperanças as conjecturas de funcionalidades da TV digital que se emolduravam desde a metade dos anos 1990, quando os empresários da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), auxiliados pela tecnocracia da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (SET), tinham conexão direta, em fluxo contínuo e multidirecional, com o Ministério das Comunicações (Minicom) e, mais adiante, com a Anatel. Mesmo quando o Governo Federal, ingresso em 2003 sob nova direção, puxou o leme em favor da pesquisa e do desenvolvimento nacionais, os objetivos traçados pelo Decreto nº 5.820/03 indicavam ações pouco factíveis se considerados os elementos históricos, políticos e econômicos precedentes no setor. Prometia-se à população que a inovadora plataforma digital em que se instalaria a tradicional radiodifusão são, proporcionalmente, análogos às vantagens que se creditaram à eletricidade e ao rádio – “a democracia, a paz mundial, a harmonia social e a transformação da educação de massa” (Mosco, 2004, p. 132). Afinal, o Brasil tem carências parecidas quando se fala de ampliação da educação e dos serviços públicos, de participação e de diversidade e pluralidade culturais – para ficar em apenas alguns tópicos que constavam no próprio decreto e em declarações de representantes do Estado e da sociedade civil não empresarial (movimentos sociais e academia, destacadamente).

Dando-se consequência prática e discursiva à ideia de que o mundo digital (SBTVD e Internet inclusos) suplantaria assimetrias e preencheria lacunas de tecnologias anteriores, poderia ser questionado, por exemplo, por atuais líderes do mercado de radiodifusão: se existe a Internet, para que ainda se demandam tanto pluralidade e diversidade na televisão e no rádio? A resposta pode estar no fato de que o chamado ciberespaço não se encontra descolado da realidade da radiodifusão, mas ao contrário: nunca as transnacionais que controlam “velhas” tecnologias como a televisão (além das telecomunicações, evidentemente) estiveram tão fortes, conseguiram tantas

receitas ou apresentaram-se num mercado que segue tão vertiginosamente no rumo de uma concentração com tendência monopólica – sobretudo se forem analisados os controles acionários. Isso pode, inclusive, fragilizar a defesa da democratização dos meios de comunicação do século passado – rádio e TV abertos –, algo que nunca sequer foi regulado de fato no Brasil, com rigor na aplicação e na abrangência.

A convergência, então, não se resume nem se limita ao acesso, pelo “usuário-consumidor”, a conteúdos e serviços que demarcam uma intersecção entre diferentes linguagens e suportes. Adicionalmente – antes disso, na verdade –, a fusão de mídias, considerando também os aparatos técnicos, mobiliza de forma articulada, além dos vários setores implicados já citados, políticas públicas de diferentes áreas. Os ingredientes políticos, sempre reciprocamente condicionados por agentes econômicos, são mais definidores do que a aparente racionalidade objetiva que a tecnologia parece ter para explicar os altos e baixos do mercado ou os avanços e retrocessos das formas de fazer e consumir comunicação. A partir deles é que os vários atores políticos e econômicos (agentes) atuam para condicionar a organização que esse meio deve adquirir, o que inclui uma “opção técnica”, uma “forma específica de relação com o público” e um “modo de financiamento”. A televisão, assim com os demais meios de comunicação eletrônica, deve ser considerada não um simples aparato, mas um instrumento tecnológico em busca de necessidades que lhe confirmam permanente legitimação social.

No caso da TV digital, a proposta de um caráter redentor para a tecnologia exclui da responsabilidade pelos obstáculos e impedimentos no acesso e na produção de comunicação com o advento de cada nova TIC, as condutas dos empresários para defender um mercado concentrador e necessariamente lucrativo, a negligência dos governos quanto à garantia de políticas públicas compensatórias para reduzir investimentos sociais e ainda os comprometimentos das próprias universidades e dos institutos de pesquisas, que têm suas produções em ciência e tecnologia fortemente condicionadas pelo capital. A diferença abissal entre os volumes de capital que movimentam a radiodifusão e as chamadas mídias digitais aponta que ainda vai ser necessária grande expansão e diferentes modos de produção, distribuição, comercialização e consumo para que as audiências efetivamente migrem e deixem de lado os media analógicos. Nesse sentido, a TV digital tem futuro “certo” como negócio, ao menos a curto prazo – não porque é interativa, possibilita multiprogramação ou porque permite a quebra da grade de programação; tudo isso já estava em grande parte disponível. As garantias nessa nova fase se dão porque a televisão continua dirigindo um imenso mercado já constituído, baseado em consolidados hábitos de consumo de uma indústria razoavelmente engessada – considerando flexibilidade bem maior das mídias digitais –, mas, justamente por isso, com vultos econômico e político suficientes para ainda resistir às dinâmicas próprias das tecnologias de informação e de comunicação mais recentes.

A média ponderada que se obtém das experiências internacionais deixa claro que, se o SBTVD, que obviamente ainda está longe de ser consolidada, poderia ter sido muito mais do que é, esta não era um desejo interrompido que se limitou às frustrações generalizadas manifestadas em torno da TV digital apenas no Brasil. Pelo contrário, a comunidade acadêmica, os movimentos sociais e os gestores públicos da comunicação, num dado momento – especialmente nos três primeiros anos do governo Lula, de 2003 a 2006 – poderiam referenciar-se no repertório já traçado pelos países onde a digitalização caminhava em fases mais consolidadas e pouquíssimo exitosas quanto aos objetivos que embalavam o sonho de um novo momento para a televisão. Essa olhada para trás nas agendas do outro lado do Atlântico ou mesmo aqui ao lado não teria o objetivo de copiar receitas de implementação nem mesmo de transpor configurações do sistema tecnológico – como, aliás, aconteceu relativamente ao adotar a norma japonesa. Poderia até ocorrer de nada (da política à técnica) ser aproveitado, mas pelo menos ficaria mais evidente, no diagnóstico, a avaliação de que não é a tecnologia o combustível prioritário da mudança do mercado de televisão. A ideia de serviço público que deveria sempre orientar as regulações da radiodifusão foi fragilizada e forma igualmente nociva ou ainda mais prejudicial se comparada ao período analógico.

A TV digital e todo o discurso orientado por governos e corporações, numa cumplicidade duvidosa, foram instrumentalizados para, entre outras intenções, reposicionar os agentes econômicos sem, contudo, levar a uma ampliação relevante dos segmentos sociais com direito a obter outorgas – às vezes, contrariamente, até induzindo a concentração; de reequilibrar conjunturalmente as forças políticas para fortalecer o governo da ocasião; e para manter o caráter secundário ou até penalizar novamente as emissoras públicas no Brasil, que tiveram insignificantes melhorias na infraestrutura e na produção de conteúdos, resguardadas exceções que confirmam a regra. Em que pese esse extenso repertório da TV digital, a transição que se apontava serviu como excelente anteparo para a construção de um **álibi técnico** muito útil aos gestores mais conservadores e aos interesses dos líderes do mercado, embasando tanto a alegada impessoalidade do Estado na justificativa de definições absolutamente discricionárias quanto a autorreferenciada dedicação dos radiodifusores na busca de uma “televisão aberta, gratuita e de qualidade” pretensamente em benefício dos telespectadores.

Quanto aos empresários, é evidente o jogo político disfarçado de técnico, como disse Ángel Badillo e Patricia Marengi (2011). No início dos testes dos sistemas de TV digital, tanto a Globo quanto a Record utilizaram a norma ATSC, desenvolvida nos Estados Unidos, para realizar as transmissões experimentais que realizaram em junho de 1998. Naqueles anos, vivia-se, globalmente, o auge da doutrina econômica neoliberal, que teria a base política em outro teórico do “fim de”, Francis Fukuyama, que assassinara a história em 1990 e que, ao contrário de Friedman e Hayek, é bem mais referenciado do que a competência da obra dele merece. Havia pressa, e a

preocupação dos proprietários de emissoras era mais manter relações comerciais com os EUA do que exatamente buscar evidências científicas de qual seria o melhor dos três sistemas – existia, também, o europeu DVB, e o Japão finalizava o ISDB. Em setembro de 1998<sup>238</sup>, o diretor da Central Globo de Engenharia, Fernando Bittencourt, apressava-se em delinear a implantação da TV digital no Brasil, apontando detalhes sobre o “projeto”, que compreenderia três fases: 1) o Plano de Abordagem, que seria “mais importante do que a escolha do sistema, pois é muito complicado técnica e politicamente” – nessa etapa, estaria garantida o que agora se denomina “*simulcasting*”; 2) a escolha do sistema, “ATSC ou DVB, que deverá ser capaz de transmitir na mesma largura atual de banda em 6 MHz”, algo que, a priori, o sistema europeu não permitiria, pois o canal tem 8 MHz de largura. 3) para o último momento, ficaria a análise os formatos de produção, que o diretor da Globo esperava que fossem os mesmos em todo o país. No entanto, a questão não implicava apenas atores mercadológicos e elementos *técnicos* internos. O açodamento dos executivos era, também, devido à chegada avassaladora, em termos de robustez de capital, das operadoras de telecomunicações transnacionais, que bateram o martelo e levaram as Organizações Globo, em aliança com o Bradesco e com um grupo italiano, à derrota no leilão da mais lucrativa parcela do sistema de telefonia, a Telesp, cuja compra tinham como certa. A batalha passaria, ainda pela abertura de 30% da radiodifusão para o capital estrangeiro em 2002, outra oscilação do mercado que seria complementada, posteriormente, com a reconfiguração da regulamentação do segmento de TV por assinatura. A Abert, fragilizada com rachas que resultaram em entidades menores, sabia que não podia agir sozinha.

Nos momentos finais da controversa debate sobre a definição do sistema que seria introduzido no país, com o cenário de crise despontando e numa “concorrência acirrada”<sup>239</sup> entre os dois maiores setores da área da comunicação, tudo o que os radiodifusores menos desejavam era depender das operadoras de telefonia para oferecer qualquer serviço. Foi nesse momento que eles mudaram *tecnicamente* de opinião e passaram a voltar as suas atenções para o sistema de transmissão japonês, que, além de possuir um padrão de transmissão preferido pelos engenheiros da SET, dava total autonomia para as emissoras controlarem a cadeira da TV digital nas modalidades fixa, móvel e portátil. Completando o pacote, o modelo nipônico ainda privilegiava a qualidade de alta definição em vez de abrir espaço no espectro para a própria multiprogramação ou para a criação de mais canais, ainda que estes fossem de novas emissoras comerciais. O grupo Abert/SET deixava para trás, então, os testes realizados com multicanais e qualidade de imagem padrão, que, segundo os responsáveis, poderiam estimular a demanda por TV digital e, com isso, daria aos *broadcasters* a

---

238 BUONFIGLIO, Mario Luis. Panorama Tecnológico. **TelaViva**, ano 17, n. 73, set. 1998, p. 19-21.

239 FALGENATO, Edylita. Concorrência acirrada. **TelaViva**, ano 11, n. 113, jan./fev. 2002, p. 10-12.

“oportunidade de obter um retorno decente dos bilhões de dólares que estão sendo investidos”<sup>240</sup>. Quanto às relações de poder, a força que o Governo Lula sustentava nos primeiros anos, aliada às necessidades inadiáveis, demandava partir de uma política enrustida no discurso técnico para passar a agir com um “técnico” diretamente localizado no governo. Era chegada a hora de Hélio Costa correr com o relógio. Se durante dois anos e meio, até 2005, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o PT haviam flertado com um limitado, mas progressivo flerte com os segmentos sociais democráticos-populares da comunicação, restante do primeiro e todo o segundo mandato (até o final de 2010) seriam abertamente dedicados a uma postura condescendente com os radiodifusores, sob a liderança de Costa.

As duas reorientações de uma política de ciência e tecnologia tão estratégica como o sistema de TV digital, firmadas em 2003 e em 2006 (esta se deu, na prática, em 2005), mostra, ao modo Set/Abert, a reboque e a serviço de que atores estão as decisões *técnicas* sobre comunicação chanceladas pelo governo no período. O tom explícito de favorecimento com que o ministro geria a pasta só teria, basicamente, dois momentos de inflexão – aliás, bastante breves e bem pouco definidores, pelo menos até agora –: a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), pareada com o início das transmissões digitais, em 2007, e a realização da I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), em 2009, no penúltimo ano do segundo Governo Lula. As primeiras gestões do presidente petista (2003-2010) não foram capazes de implementar a maioria das propostas de políticas públicas que os “não-atores” consideravam avanços no processo de democratização da mídia eletrônica de massa da promoção do direito à comunicação. São casos que motivam frustração desse segmento o abandono dos projetos do Conselho Federal de Jornalismo (CFJ); o retrocesso na divulgação do cadastro geral dos concessionários de radiodifusão; a falta de avanço na legalização das rádios comunitárias – ao contrário, houve mais perseguição; e, também, a residual participação de “não-atores” na decisão do padrão a ser adotado na digitalização da TV – mesmo assim, depois essa contribuição seria desconsiderada. O governo também se mostrou “imediatamente sensível à contrariedade da mídia quanto ao eventual caráter mais intervencionista do projeto de lei do Audiovisual”, que estendia as competências da Ancine e criava a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav) (Brittos, 2008, p. 151-152). Na análise da conjuntura das políticas de comunicação no país nos últimos anos, Lima faz ainda referência à manutenção das práticas que caracterizam historicamente o *coronelismo eletrônico* existente no Brasil e às possíveis interferências (diretas ou indiretas) do Poder Judiciário na democratização da comunicação. A Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 3.944/07, ajuizada pelo PSOL como uma demanda apresentada pelas entidades civis da área, insere-se entre os exemplos de

---

240 MCCLELLAN, Steve. Teste de multicanais. *TelaViva*, ano 07, n. 71, jul. 1998, p. 32.

“judicializações” dos conflitos essencialmente políticos, como o fim da exigência de diploma de nível superior para jornalista e o julgamento pela inconstitucionalidade total da Lei de Imprensa (5.290/67)<sup>241</sup>. Como resultante desse processo, o que se vê são vacilações, recuos e retrocessos, num constante e duplo movimento de aproximação com os empresários e de distanciamento da sociedade civil.

Os governos do ex-líder operário mantiveram, assim, a “desconexão regulamentar”, repartindo os serviços de radiodifusões e os de telecomunicações, e não atacou os principais entraves para o avanço das comunicações brasileiras, que são “a concentração da propriedade das indústrias culturais e a ausência de controle público sobre os conteúdos” (Brittos, 2008, p. 151). Para compreender como o governo seguiu esse rumo apenas das insinuações em contrário, Venício Lima (2012<sup>242</sup>, p. 131) faz um pedagógico histórico das várias comissões, cujos eventos, com conteúdos tão parecidos e finais tão idênticos, chegam ao cúmulo da redundância. Em 26 de abril de 2005, três meses *antes* de Hélio Costa assumir o Minicom, o governo criou um “Grupo de Trabalho Interministerial com a finalidade de elaborar anteprojeto de lei de regulamentação dos artigos 221 e 222 da Constituição e da organização e exploração dos serviços de comunicação social eletrônica” (*apud* Lima, 2010, p. 132). No ano seguinte, mesmo com o ex-funcionário da Globo na Esplanada, o decreto de 17 de janeiro de 2006 criou uma “Comissão Interministerial para elaborar anteprojeto de lei de regulamentação dos artigos 221 e 222 da Constituição e da organização e exploração dos serviços de comunicação social eletrônica” (*apud* Lima, 2010, p. 131) – o primeiro dispositivo constitucional trata, essencialmente, da regionalização da programação, enquanto o segundo tem na questão da participação do capital estrangeiro o principal interesse dos radiodifusores. Portanto, ainda que tivesse vingado, a comissão não iria abordar temas tão absurdos aos ouvidos sempre atentos dos concessionários de rádio e TV brasileiros. Por fim, em 21 de julho de 2010, recém-finalizada a Copa do Mundo de Futebol, organizada na África do Sul, e no fervor da campanha eleitoral da candidata situacionista Dilma Rousseff, o presidente Lula assinou um decreto criando, mais uma vez, uma comissão interministerial para “elaborar estudos e apresentar propostas de revisão do marco regulatório da organização e exploração dos serviços de telecomunicações e de radiofusão”. A comissão seria integrada por representantes do Governo Federal<sup>243</sup>, e integrantes de instituições públicas e privadas poderiam ser convidados para as reuniões. O ato previa que a comissão deveria encerrar os trabalhos com a apresentação de um relatório final. Porém, não determinava sequer o prazo para iniciá-lo, quanto mais para terminá-lo. Some-se a isso o fato de o

---

241 Com o conseqüente fim do direito de resposta, que era previsto no capítulo IV dessa legislação.

242 O artigo, intitulado “Dezesseis anos, três decretos e nada muda”, foi originalmente publicado em 24 de julho de 2010 no *Observatório da Imprensa*.

243 As vagas eram destinadas a indicações da Casa Civil; dos ministérios das Comunicações, da Fazenda e da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom); e da Advocacia Geral da União (AGU).

decreto de 2010 revogar o de 2006, que, por sua vez, já invalidava o antecessor de 2005. Conforme sugeriu Venício Lima (2012, p. 132), “acredite se quiser”. A ação mais resoluta dos governos de Lula foi coordenada pelo jornalista Franklin Martins, que desde 2007 estava à frente da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República: em novembro de 2010, quando nada mais se esperava de positivo nas políticas de comunicação naquela gestão petista, foi realizado o Seminário Internacional das Comunicações Eletrônicas e Convergência de Mídias, com convidados de vários países. Logo na abertura do evento, Martins garantiu que a nova regulação dos *media*, abrangendo o contexto digital seria feita de qualquer forma, “num clima de entendimento ou de enfrentamento”<sup>244</sup>. Em 2012, o SBTVD-T comemorou o aniversário de meia década “no ar” – para quantos, ao certo, não se sabe, porque nem todos os domicílios que possuem conversores ou televisores *built-in* estão cobertos pelo sinal digital e, por outro, e a recíproca também vale, já que a audiência “em potencial” está longe de ser realista. Não obstante a **efetividade** da TV digital, o governo de Dilma Rousseff (PT), cujo ministro, o também petista Paulo Bernardo (PR), teria recebido o anteprojeto de Franklin Martins, também nada fez em favor da atualização do marco regulatório das comunicações.

A gestão de Hélio Costa também não se empenhou para aprovar, ainda na Câmara, o Projeto de Lei nº 29 (PL 29), que já tramitava ali havia mais de três anos e ainda era relatado por um parlamentar aliado e também correligionário dele, o deputado Eduardo Cunha (PMDB-RJ). O projeto era criticado pela Abert, por abrir o mercado de TV por assinatura para as empresas de telefonia, e, em parte, pelas próprias operadoras de televisão paga, por criar cotas de programação para programação nacional independente. No entanto, não era necessário ser militante político ou dono de telefônica para entender que o projeto tocava em pontos muito caros à radiodifusão nacional, como a oferta de serviços OTT (*over the top* – “direto ao topo”) – potencializando o VoD (*video on demand* – vídeo sob demanda) e a IPTV (televisão via protocolo IP) –, que são direcionados, sem qualquer mediação dos tradicionais radiodifusores, aos segmentos mais ricos da população, fração disputada na rinha mercadológica das audiências. O projeto foi apresentado com o objetivo de “ampliar a competição, abrir espaço para novos provedores de serviços, multiplicar as oportunidades para novos investidores, expandir o mercado para os produtores e distribuidores nacionais, aumentar as opções de conteúdo audiovisual de qualidade e até reduzir os preços”<sup>245</sup>. O PL 29 foi aprovado pelos deputados, sintomaticamente, pouco mais de dois meses depois de Costa deixar o ministério e voltar ao Senado, onde o projeto, então designado “PLC<sup>246</sup> 116”, só passou por votação no dia 16 de agosto de 2011.

---

244 LOBATO, Elvira; MATAIS, Andreza. Nova regulação para mídia digital será feita com ou sem consenso, diz Franklin Martins. **Folha de S. Paulo**, 09 nov. 2010. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/poder/827762-nova-regulacao-para-midia-digital-sera-feita-com-ou-sem-consenso-diz-franklin-martins.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/poder/827762-nova-regulacao-para-midia-digital-sera-feita-com-ou-sem-consenso-diz-franklin-martins.shtml)>. Acesso em: 18 mar. 2013.

245 SIQUEIRA, Ethevaldo. As duas faces do PLC 116. **O Estado de S. Paulo**, 14 ago. 2011. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,as-duas-faces-do-plc-116,758260,0.htm>>. Acesso em: 19 mar. 2013.

246 Sigla utilizada para representar um Projeto de Lei originado na Câmara dos Deputados.

A proposta foi transformada na Lei 12.485, sancionada pela presidenta Dilma Rousseff em 12 de setembro de 2011, após tramitar por quatro anos, três ministros de Comunicações e dois presidentes da República. Mas não tardaria muito para haver uma nova judicialização das questões legislativas referentes à comunicação. O partido Democratas (DEM), que faz oposição ao governo e posiciona-se à direita do PT no diapasão político, foi ao Supremo Tribunal Federal (STF) e deu início, já em novembro de 2011, à Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI)<sup>247</sup> nº 4.679/11 contra a lei do Serviço de Acesso Condicionado (SeAC), como ficou conhecida a legislação que unificou a regulamentação da TV paga – antes existia uma norma para cada tecnologia (cabo, DTH e MMDS). A ADI contesta os poderes que foram atribuídos pelo novo marco legal à Ancine, que, segundo a inicial, passa a ter “poderes irrestritos para regular o setor audiovisual de acesso condicionado, transformando o órgão em regulador absoluto de atividades de produção, programação e empacotamento relacionadas à distribuição do serviço de televisão por assinatura, com poderes para editar normas, expedir licenças e aplicar sanções”. Segundo o DEM, a Constituição “veda que uma lei estabeleça princípios de atividades de comunicação e, em seguida, delegue a uma agência reguladora a implementação destes princípios”. O flanco jurídico estava novamente aberto: em dezembro de 2011, uma nova ação chegou ao STF, dessa vez pelas mãos da Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCom)<sup>248</sup>. A ADI nº 4.703/11 argui sobre vários pontos da lei e requer liminar para suspender a proibição da exploração comercial dos canais comunitários. Em março de 2012, a ADI nº 4.747/12 foi protocolada pela NeoTV<sup>249</sup>, associação que representa pequenos e médios operadores de TV por assinatura, questionando os artigos da Lei do SeAC que impedem o controle simultâneo, por qualquer empresa, das atividades de produção de conteúdo de prestação de serviços de telecomunicações. A Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra)<sup>250</sup> também entrou na contenda judicial interpondo a ADI nº 4.756/12 solicitando a impugnação de diversos artigos da lei. Na ação, a Bandeirantes e a Rede TV!, assim como a NeoTV, questionam as propriedades cruzadas entre as empresas de telecomunicações e empresas de radiodifusão, além de “uma série de dispositivos relativos à produção de conteúdo e ao funcionamento da televisão aberta”, inclusive a

---

247 DEM vai ao Supremo contra Lei 12.485/2011. **Teletime**, 21 nov. 2011. Disponível em <<http://www.teletime.com.br/21/11/2011/dem-vai-ao-supremo-contra-lei-12485-2011/tt/250598/news.aspx>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

248 ASSOCIAÇÃO de Canais Comunitários também questiona constitucionalidade da Lei do SeAC. **TelaViva News**, 21 dez. 2011. Disponível em: <<http://www.telaviva.com.br/21/12/2011/associacao-de-canais-comunitarios-tambem-questiona-constitucionalidade-da-lei-do-seac/tl/254997/news.aspx>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

249 NEOTV questiona constitucionalidade da Lei 12.485/2011. **Teletime**, 30 mar. 2012. Disponível em: <<http://www.teletime.com.br/30/03/2012/neotv-questiona-constitucionalidade-da-lei-12485-2011/tt/270597/news.aspx>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

250 ABRA entra com Ação Direta de Inconstitucionalidade contra Lei 12.485/11. **Teletime**, 10 abr. 2012. Disponível em: <<http://www.teletime.com.br/10/04/2012/abra-entra-com-acao-direta-de-inconstitucionalidade-contra-lei-12485-11/tt/272417/news.aspx>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

regra de *must carry*<sup>251</sup>, que já existia na Lei do Cabo.

O tantas demandas para a mesma questão, o ministro Luiz Fux, relator das três ADIs que tratam do marco regulatório da TV por assinatura no Brasil, determinou a organização de uma audiência pública sobre o tema, que foi marcada para os dias 18 e 25 de fevereiro de 2013. Entre os oradores habilitados, estavam representantes de todos os segmentos, destacando-se a participação de Ancine, Ipea, Instituto de Defesa do Consumidor (Idec), Instituto Telecom, Intervezes Coletivo Brasil de Comunicação Social, Associação Brasileira de Cineastas (ABRACI), Centro de Pesquisas em Direito e Economia (FGV-Direito Rio) e da Ulepicc/Socicom como representantes dos “não-atores” na busca por protagonismo político. Na audiência, a diretora executiva do Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado de São Paulo (Siaesp), Debora Ivanov, em defesa da lei, salientou<sup>252</sup> que a nova regulamentação é “fruto de consenso e resultado de um pacto amplo feito entre os agentes econômicos do setor, a sociedade civil e todas as representações políticas do Congresso Nacional”.

No dia 24 de março de 2010, com a publicação da Portaria nº 189/10, o Ministério das Comunicações finalmente estabeleceu as diretrizes do Canal da Cidadania, que estava previsto no Decreto nº 5.820/06 e ainda é, talvez, a maior promessa que restou de todo o processo de discussão havido até a decisão pelo sistema japonês ISDB. Mas ainda seriam necessários quase três anos para que o mesmo Minicom regulamentasse a instalação e o funcionamento o Canal, o que só foi feito em 19 de dezembro de 2012, na Portaria nº 489/12. Acontece que já em 14 de março de 2013 o ministro Paulo Bernardo alteraria a norma que nem completara três meses. A retificação tinha como fator gerador os encaminhamentos que o governo estaria dando para a faixa de 700 MHz, comumente conhecido como “dividendo digital”. A proposta é fazer com que as estações do campo público (estaduais, educativas, comunitárias) possam promover a transição tecnológica para o digital sem ocupar os canais de UHF que antes estavam destinados para elas. Era a compensação, ao menos no plano do discurso, que o Estado daria para minorar a quase nula possibilidade de tornar a propriedade da radiodifusão brasileira mais dispersa a partir do SBTVD-T. A mudança no regulamento do Canal da Cidadania concede não só aos governos estaduais, mas também às prefeituras o direito de fazer a multiprogramação nas emissoras educativas (somente nas já existentes). No entanto, a demanda de ampliação com a finalidade de promover a diversidade e a pluralidade culturais no âmbito local, que seria o Canal da Cidadania, acaba ficando limitada, na prática, a ser um apêndice de televisões estatais que seguem longe de ser um modelo referencial de

---

251 Obriga as emissoras da TV aberta a ceder gratuitamente os sinais para transmissão pelas operadoras de TV por assinatura. Estas também são obrigadas a carregar a programação dos canais hertzianos sem qualquer custo.

252 STF. Lei 12.485/11 é importante para o setor, afirma representante do Sindicato da Indústria Audiovisual de SP. **Notícias** **STF**, 25 fev. 2013. Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=231839>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

TV pública, mas sim de um canal “governamental”.

A história ganha tonalidades mais nebulosas porque a nova portaria determina que “não será outorgada, no âmbito do respectivo município, a autorização referida no item 4.1”. Este, por sua vez, diz que o Ministério das Comunicações “outorgará autorização em cada Município contemplado no Plano Básico de TV Digital, ressalvadas as situações de impossibilidade técnica, um canal digital com largura de banda de seis megahertz, para a exploração do Canal da Cidadania pelos Estados, Distrito Federal, Municípios e fundações e autarquias a eles vinculadas”. Isso significa que, nos municípios onde houver canal educativo do Estado com consignação digital, as prefeituras não poderão solicitar o Canal da Cidadania. Para completar, resta saber se, com essa anexação às estatais, governos estaduais e prefeituras vão realmente abrir os canais para atender aos objetivos daqueles que eram para ser novos canais locais ou se estes é que terão de adaptar-se às vontades das direções das emissoras e de governadores e prefeitos.

Interessante, ainda, lembrar que, desde a Portaria de março de 2010, que já previa um “Conselho de Comunicação Social” (com esse nome), os dispositivos de participação vão ficando cada vez menos claros. A Portaria do regulamento, de dezembro de 2012, diz somente que 1) o ente ou a entidade autorizada a explorar o Canal da Cidadania deverá instituir um Conselho Local para zelar pelo cumprimento das finalidades da programação previstas no item 3.1 e manifestar-se sobre os programas veiculados; 2) o Conselho Local deve ter uma composição plural, de modo a contemplar a participação dos diversos segmentos do Poder Público e da comunidade local; 3) cada Conselho Local estabelecerá seus mecanismos de diálogo com a sociedade e terá acesso ao relatório do Ouvidor para a elaboração de suas análises, podendo encaminhar requerimentos e denúncias ao Ministério das Comunicações. Além disso, não fica expresso para que faixa de frequência vão migrar os canais da Rede Legislativa de TV Digital, que já têm dividido o canal 61 em “multiprogramação”, entre a TV Câmara, a TV Senado e as emissoras locais da Assembleia Estadual e do Legislativo Municipal, em São Paulo (capital, além de Barretos, Jaú, Tupã e Ribeirão Preto), Brasília, Belo Horizonte, Fortaleza e em Porto Alegre, com a previsão próxima de expansão em outras dezenas de cidades. O que vão fazer com isso? Se jogarem para o VHF, vai-se embora a mobilidade dos canais públicos/estatais. Portanto, além de todo o problema “técnico” da localização dos canais públicos e estatais (e de teles etc.) na frequência, deve-se avaliar também de que forma essas mudanças devem deixar a 'Cidadania' à mercê de emissoras estatais às quais a população mal tem acesso desde a origem, ainda que a competência de implantação, custeio e transmissão das programações do canal seja compartilhada entre estados e municípios. Mas o vínculo direto dá outro peso a isso, sobretudo considerando o vácuo de garantias quanto à participação.

Recentemente, várias entidades de radiodifusão comunitária têm publicado artigos, manifestos e notas públicas contrários à postura do Minicom no caso da faixa dos 700 MHz. Nos

textos, os movimentos fazem referência ao “compromisso” manifestado pelo então ministro Hélio Costa, na época da escolha do sistema da TV digital, reservando o chamado “UHF-alto” (canais de 60 a 29) para a digitalização das emissoras dos sistemas público e estatal, mas o que não está escrito nem formalizado não vale como norma. Os decretos 4.901/03 e 5.820/06 (e as respectivas Exposições de Motivos), por exemplo, também prometeram (ainda prometem) grandes conquistas e são documentos oficiais, mas, mesmo assim, o Estado brasileiro ainda não garantiu (nem garante) praticamente nada na prática. A sustentação oral do ex-ministro possivelmente deve valer como instrumento político de mobilização para a sociedade civil, mas, se não houver nenhuma iniciativa além da reclamação igualmente oral, dificilmente a crítica vá resultar em algo além de o Ministério reafirmar que a reserva de espectro não está assegurada em lei e, por isso, não representa um direito líquido e certo das emissoras públicas. O documento oficial que menciona a reserva dos canais de 60 a 69 é a Norma Geral para Execução dos Serviços de Televisão Pública Digital, publicada pela Portaria nº 24, assinada por Lula em 11 de fevereiro de 2009. Ainda assim, a fragilidade jurídica do instrumento, que pode ser alterado a qualquer momento num ato discricionário da presidenta Dilma Rousseff ou do próprio ministro Paulo Bernardo debilita a garantia de que o previsto na portaria seja cumprido. Dessa forma, o redirecionamento da faixa dos 700 MHz para as empresas de telefonia móvel, assentado em critérios eminentemente econômicos, pode gerar gastos adicionais ao erário, desperdício de investimentos já realizados por emissoras públicas, descontinuidade dos serviços públicos e insegurança jurídica para governos, casas legislativas e para associações que já tinham como certo uma banda de frequência para manter as operações de radiodifusão das licenças outorgadas pelo próprio ministério.

Com a consolidação do SBTVD os radiodifusores desejavam – com a otimização das transmissões, HD parcial e nada mais – e frente às renhidas disputas nas comunicações, as emissoras têm deixado de lado o açodamento que marcou as pressões contra o Governo Federal para a implantação da TV digital. Antes, Liliana Nakonechyj (2005, p. 170), da *Rede Globo*, preocupava-se com “a falta de um cronograma sério e bem controlado para a definição do sistema brasileiro” Carlos de Brito Nogueira (2005, p. 166), da mesma emissoras, avaliava que “o processo deveria ser mais rápido”, embora considerasse, resignado, que “isso é da competência do Governo Federal”. Mas desde, pelo menos, o final de 2011, registra-se uma reorientação dos discursos (e, evidentemente, das práticas) dos radiodifusores como forma de fazer frente à ânsia das operadoras de telecomunicações em abocanhar a faixa de 700 MHz com a alegação de prestar a “nova” Internet 4G – aliás, há muitas controvérsias, expostas por técnicos de referência, quanto a essa banda de frequência ser realmente suficiente para oferecer esse tipo serviço. Em entrevista à revista *TelaViva*,

em abril de 2012, o diretor geral da Central Globo de Engenharia, Fernando Bittencourt<sup>253</sup>, questionado sobre o cumprimento o prazo estipulado pelo governo (2016) com a total concordância dos concessionários, afirmou: “não será possível. Em dois anos não dá para digitalizar algumas milhares de transmissoras. Nem nós e nem os nossos concorrentes conseguirão cobrir o Brasil em tão pouco tempo. Pelo menos não com transmissão terrestre”. O que confirma que, para os radiodifusores, a TV digital era irreversível e urgente somente até determinado ponto – exatamente aquele que eles decidirem.

---

253 BITTENCOURT, Fernando. Prontos para o futuro. Veículo: **TelaViva**, ano 21, n. 225, abr. 2012, p. 30-32.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### LIVROS, PERIÓDICOS CIENTÍFICOS E CAPÍTULOS DE OBRAS

ALBORNOZ, Luis A.; GARCÍA LEIVA, Maria Trinidad. Televisión digital terrestre: caracterización, antecedentes e importância. In: \_\_\_\_\_. **La Televisión Digital Terrestre: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia**. Buenos Aires: La Crujía, 2012a, p. 15-22.

\_\_\_\_\_. Televisión digital terrestre: geopolítica, economía y diversidad. In: \_\_\_\_\_. **La Televisión Digital Terrestre: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia**. Buenos Aires: La Crujía, 2012b, p. 269-292.

ALMAS, Almir; JOLY, Ana Vitoria. Televisão Digital Brasileira e Acesso Público. In: SQUIRRA, Sebastião; BECKER, Valdecir (Orgs.). **TV Digital.Br: Conceitos e Estudos sobre o ISDB-Tb**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009, p. 73-100. (Coleção azul de comunicação e cultura).

ALMEIDA, André Mendes de. **Mídia eletrônica: seu controle nos EUA e no Brasil**. Rio de Janeiro: Forense, 1993.

AMADEU, Sergio. Ambivalência e confrontos no cenário informacional: o avanço dos *commons*. In: MACIEL, Maria Lucia; ALBAGLI, Sarita (Orgs.). **Informação, conhecimento e poder: mudança tecnológica e inovação social**. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

BADILLO, Ángel; MARENGHI, Patricia. Estándares tecnológicos, batallas económicas y la transición digital del audiovisual terrestre en Latinoamérica. In: BADILLO, Ángel; SIERRA, Francisco (Eds.). **La transición a la televisión digital en latinoamérica: diagnóstico e prospectiva**. Quito (Ecuador): Ciespal, Quipus, 2011, p. 6-20. [Versão *e-book* em formato PDF disponibilizada por e-mail por Ángel Badillo <abadillo@gmail.com> em 20 jul. 2012].

BADILLO, Ángel. Francia: politización e concentración. In: ALBORNOZ, Luis A.; GARCÍA LEIVA, Maria Trinidad. **La Televisión Digital Terrestre: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia**. Buenos Aires: La Crujía, 2012, p. 101-125.

BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette. A inclusão digital como forma de inclusão social. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005.

\_\_\_\_\_. Apontamentos para implantação da TV pública digital no Brasil. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs.). **Televisão digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 68-84. (Livro da Compós – 2009).

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Tradução de Rita Buongermino, Pedro de Souza e Rejane Janowitz. Rio de Janeiro: DIFEL, 2003.

BATISTA, Jorge Chami. **Efeitos Econômicos, Tecnológicos e Sociais da TV Digital no Brasil: alternativas para transmissão terrestre**. Disponível em: <<http://bit.ly/P3notY>>. Acesso em: 19 set. 2012.

BECERRA, Martín; MASTRINI, Guillermo. **Los Dueños de La Palabra: acceso, estructura y**

concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2008.

BECKER, Valdecir; ZUFFO, Marcelo Knörich. Interatividade na TV digital: estado da arte, conceitos e oportunidades. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs.). **Televisão digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 44-67. (Livro da Compós – 2009).

BECKER, Valdecir. Ambiente de medição da audiência para TV digital. Tese (Doutorado) – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, Departamento de Engenharia de Sistemas Eletrônicos. São Paulo (SP), 2011.

BOLAÑO, César. **Indústria cultural: informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

\_\_\_\_\_. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. Uma introdução ao debate Estado e Comunicação. In: RAMOS, Murilo César; DEL BIANCO, Nélia R. (Orgs.). **Estado e Comunicação**. Brasília: Intercom / Casa de Musas / Editora UnB, 2008.

\_\_\_\_\_. Reestruturação Produtiva, Subsunção do Trabalho Intelectual e a Dinâmica Contraditória do Desenvolvimento. In: MACIEL, Maria Lucia; ALBAGLI, Sarita (Orgs.). **Informação, conhecimento e poder: mudança tecnológica e inovação social**. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. Televisão Digital, Convergência e Transição Tecnológica no Brasil. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs.). **Televisão digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 301-323. (Livro da Compós – 2009).

BRITTOS, Valério. Digitalização, democracia e diversidade na fase da multiplicidade da oferta. In: \_\_\_\_\_ (Org.). **Digitalização, diversidade e cidadania: convergências Brasil e Moçambique**. São Paulo Annablume, 2009, p. 17-30.

BUSTAMANTE, Enrique. Prólogo. La TDT como laboratorio de tendencias e escenarios. In: ALBORNOZ, Luis A.; GARCÍA LEIVA, Maria Trinidad. **La Televisión Digital Terrestre: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia**. Buenos Aires: La Crujía, 2012, p. 15-22.

CABRAL FILHO, Adilson Vaz; TAVEIRA CABRAL, Eula Dantas. Começar de novo: sobre o controle público como perspectiva para o modelo brasileiro de televisão digital. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005, p. 143-168.

CAPPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CARDOSO, Vivianne Lindsay Cardoso; CARVALHO, Juliano Maurício. Face Paulista da TV Digital: reflexão sobre a multiprogramação na TV Cultura. In: **Eptic On Line**, vol. XIII, n. 3, set.-dez. 2011. Disponível em: [www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br). Acesso em: 10 ago. 2012.

CASTELLS, Manuel. Inovação, liberdade e poder na era da informação. In: MORAES, Dênis de.

**Sociedade midiaticizada.** Trad. Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 225-232.

CHAUDRY, Alia Nasim. A Publicidade em Novos Meios e as Perspectivas para TV Digital no Brasil. In: SQUIRRA, Sebastião; BECKER, Valdecir (Orgs.). **TV Digital.Br: Conceitos e Estudos sobre o ISDB-Tb.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2009, p. 221-246. (Coleção azul de comunicação e cultura).

CIRNE, Livia; FERNANDES, Marcelo; PÔRTO, Ed. Perspectivas da interatividade no telejornalismo da TV digital brasileira. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs.). **Televisão digital: desafios para a comunicação.** Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 68-84. (Livro da Compós – 2009).

CONTI, Mario Sergio. **Notícias do Planalto: a imprensa e o poder nos anos Collor.** São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

CROCOMO, Fernando. **TV Digital e Produção Interativa: a comunidade manda notícias.** Florianópolis SC: Editora da UFSC, 2007.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Gramsci.** Porto Alegre: L&PM, 1981. (Coleção Fontes do Pensamento Político; v. 2).

CPqD. **Panorama Mundial de Modelos de Exploração e Implantação.** Campinas (SP): Funttel, Projeto Brasileiro de Televisão Digital, OS 40539, 2005.

DANTAS, Marcos. **A TV Digital no Brasil.** Belo Horizonte: Senge Minas Gerais, Crea-MG, 2007. Disponível em: <<http://www.sengemg.com.br>>. Acesso em: 05 out. 2008. Cartilha.

\_\_\_\_\_. **O crime de prometeu: como o Brasil obteve a tecnologia da informática.** Rio de Janeiro: Abicomp, 1989.

\_\_\_\_\_. Prefácio. In: BOLAÑO, César. **Indústria cultural: informação e capitalismo.** São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

\_\_\_\_\_. Nas pegadas da TV digital: como e por que o capital reinventou a televisão. **Liinc em Revista**, v. 3, n. 3, set. 2007, p. 46-79. Disponível em: <<http://www.ibict.br/liinc>>. Acesso em: 27 jun. 2012.

\_\_\_\_\_. “Walled gardens” vs. “Creative commons”. **PoliTICs**, Rio de Janeiro, n. 09, p. 40-48, abr. 2011. Disponível em: <<http://www.politics.org.br/?q=node/84>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

DOMINGUES-DA-SILVA, Juliano. **A política da política de TV digital no Brasil: atores, interesses e decisão governamental.** Rio de Janeiro: Multifoco, 2011.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados.** São Paulo: Perspectiva, 1979. (Coleção Debates).

EPSTEIN, Isaac. Ciência, poder e comunicação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2008, p. 15-31.

FERRAZ, Carlos. Análise e perspectivas da interatividade na TV digital. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs.). **Televisão digital: desafios para a comunicação.** Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 15-43. (Livro da Compós – 2009).

FRENTE Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV Digital. **Carta aberta à sociedade brasileira**. Decisão sobre a TV Digital: Governo próximo de erro histórico. Brasília, 28 jun. 2006. Disponível em: <<http://www.ciranda.net/spip/article306.html>>. Acesso em: 05 out. 2008.

FUERTES, Marta; MARENGHI, Patricia. España: multiplicación de señales, nuevos operadores e financiación incierta In: ALBORNOZ, Luis A.; GARCÍA LEIVA, Maria Trinidad. **La Televisión Digital Terrestre**: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia. Buenos Aires: La Crujía, 2012, p. 71-100.

GARNHAM, Nicholas. La Sociedad de la Información como ideología: una crítica. In: TREJO, Raúl; BRUNNER, José Joaquín; BARBERO; Jesús Martín. **Desafíos de la sociedad de la información en América Latina y Europa**. Santiago de Chile: LOM Ediciones, 2000. (Primer foro de las comunicaciones, UNICOM), p. 69-101.

HAJE, Lara; LEAL, Sayonara; PAULINO, Fernando O. **Políticas de Comunicação e sociedade civil**: movimentos pela democratização das comunicações no Brasil em 2007/2008. Natal: XXXI Intercom, 2008.

HART, Jeffrey A. **Technology, Television and Competition**: the Politics of Digital TV. Nova Iorque: University Press, 2004.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Dom Quixote Editora, 2009.

HOBAlKA, Marcelo Bechara de Souza; BORGES, Ricardo Capucio. **Rádiodifusão e TV digital no Direito brasileiro**. Belo Horizonte: Fórum, 2007.

HOINEFF, Nelson. TV digital: a questão é de conteúdo. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain. **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2004, p. 279-290.

IANNI, Octávio. O príncipe eletrônico. **Perspectivas**, Revista de Ciências Sociais, v. 22. São Paulo: Unesp, 1999.

JAMBEIRO, Othon. **A Televisão no Brasil do Século XX**. Salvador: Edufba, 2002.

KRAKOWIAK, Fernando; MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín. Argentina: razões geopolíticas e perspectivas econômicas. In: ALBORNOZ, Luis A.; GARCÍA LEIVA, Maria Trinidad. **La Televisión Digital Terrestre**: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia. Buenos Aires: La Crujía, 2012, p. 195-222.

LEAL, Sayonara. A imaginação de um controle público a partir do regulamento do setor de telecomunicações no Brasil: a utilização dos aparatos regulatórios da Agência Nacional de Telecomunicações pelo usuário-cidadão. In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (Orgs.). **Comunicação, informação e espaço público**: dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: Edufba, 2004. p. 117-132.

LEAL, Sayonara; VARGAS, Eduardo Raupp de. Democracia técnica e lógicas de ação: uma análise sociotécnica da controvérsia em torno da definição do Sistema Brasileiro de Televisão Digital – SBTVD. **Revista Sociedade e Estado**, vol. 26, n. 02, mai./ago. 2011.

LEMOS, Ronaldo. O *Creative Commons* e as transformações da propriedade intelectual. In:

BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005, p. 257-272.

LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais**. Salvador, BA: FACOM/UFBA, s/d. Disponível em: <<http://bit.ly/UG6va4>>. Acesso em 01 out. 2010.

LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência: o Futuro do Pensamento na Era da Informática**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1993.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. 2. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

\_\_\_\_\_. **Regulação das comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011. (Coleção Comunicação).

\_\_\_\_\_. de. **Política de comunicações: um balanço dos governos Lula [2003-2010]**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

LIMA, Venício A. de; GUAZINA, Liziane. “Responsabilidade social” em tempos de crise: novo oficialismo do Jornal Nacional? In: XXVIII Encontro Anual da Anpocs, 26-30 out. 2004, Caxambu, MG. Disponível em: <[http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=3960&Itemid=319](http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=3960&Itemid=319)>. Acesso em: 05 jan. 2013.

LOPES, Cristiano Aguiar. Licitações nas Outorgas de Rádio e TV: a Ineficácia dos Critérios Técnicos. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, RN, set. 2008. **Anais...** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0386-1.pdf>>. Acesso em: 05 mar. 2013.

MACHADO, Arlindo. O mito da alta definição. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs.). **Televisão digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 223-230. (Livro da Compós – 2009).

MACIEL, Maria Lucia; ALBAGLI, Sarita (Orgs.). **Informação, conhecimento e poder: mudança tecnológica e inovação social**. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

MAYER, Vicki. Digital television in Brazil: the view from Manaus. In: **Liinc em Revista**, v. 3, n. 2, mar. 2007, p. 81-90. Disponível em: <<http://www.ibict.br/liinc>>. Acesso em: 20 nov. 2011.

MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. 3. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2005.

MARTINS, Ricardo Benetton; HOLANDA, Giovanni Moura de. O projeto do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005.

MARTINS, Ricardo Benetton. O SBTVD. Entrevista. In: MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. **TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. 2. ed. rev. e ampl. Florianópolis: Editora da UFSC, 2005. p. 174-179.

MATTOS, Fernando. Inclusão Digital e Desenvolvimento Econômico na Construção da Chamada Sociedade da Informação no Brasil. In: BOLAÑO, César (Org.). **Comunicação, Educação, Economia e Sociedade no Brasil: desenvolvimento histórico, estrutura atual e os desafios do século XXI**. São Cristóvão: Editora UFS, 2008, p. 63-106.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. 4. ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.

MIGUEL, João. Convergência tecnológica e implicações político-comunicacionais. In: BRITTOS, Valério (Org.). **Digitalização, diversidade e cidadania: convergências Brasil e Moçambique**. São Paulo Annablume, 2009, p. 45-62.

MOHEDANO, Félix Ortega. La televisión digital terrestre en España: políticas públicas y mercado audiovisual en la incertidumbre digital. In: BADILLO, Ángel; SIERRA, Francisco (Eds.). **La transición a la televisión digital en latinoamérica: diagnóstico e prospectiva**. Quito (Equador): Ciespal, Quipus, 2011, p. 48-58. [Versão e-book em formato PDF disponibilizada por e-mail por Ángel Badillo <abadillo@gmail.com> em 20 jul. 2012].

MONTEZ, Carlos. Aspectos Teóricos e Tecnológicos da TV Digital Interativa. In: SQUIRRA, Sebastião; BECKER, Valdecir (Orgs.). **TV Digital.Br: Conceitos e Estudos sobre o ISDB-Tb**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009, p. 17-34. (Coleção azul de comunicação e cultura).

MOSCO, Vincent. Mything Links: Power and Community on the Information Highway. **Annual Davidson Dunton Lecture**, Carleton University, nov. 1996. Disponível em: <<http://www.policyalternatives.ca/ictpolicy/introduction.html>>. Acesso em: 22 mai. 2011.

\_\_\_\_\_. **The digital sublime: myth, power, and cyberspace**. Cambridge: MIT Press, 2004.

MOTA, Regina. Os desafios da TV digital no Brasil. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Ed. Paulinas, 2005.

MOTA, Regina; TOME, Takashi. Uma nova onda no ar. p. 51-84. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005.

NAKONECHNYJ, Liliana. A Rede Globo e o novo mercado. Entrevista. In: MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. **TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. 2. ed. rev. e ampl. Florianópolis: Editora da UFSC, 2005. p. 169-172.

NOGUEIRA, Carlos de Brito. Os estudos do grupo Abert/SET. Entrevista. In: MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. **TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. 2. ed. rev. e ampl. Florianópolis: Editora da UFSC, 2005. p. 166-168.

PIERANTI, Octavio Penna; WIMMER, Miriam. Revisando a Televisão: definições, desafios e novos caminhos em tempos de digitalização. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs.). **Televisão digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Livro da Compós).

RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy (Orgs.). **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007. (Coleção Comunicação).

\_\_\_\_\_; DEL BIANCO, Nélia R. (Orgs.). **Estado e Comunicação**. Brasília: Intercom / Casa

de Musas / Editora UnB, 2008.

ROSA, Romero Vieira da. A RBS TV e o novo mercado. Entrevista. In: MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. **TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. 2. ed. rev. e ampl. Florianópolis: Editora da UFSC, 2005. p. 174-179.

SANTOS, Suzy dos. **Uma convergência divergente: a centralidade da TV aberta no setor audiovisual brasileiro**. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2004.

\_\_\_\_\_. Get back to where you once belonged: alvorada, ocaso e renascimento da economia política nas análises da comunicação. In: **Anais do 1º Encontro da Ulepicc-Brasil**, UFF, Niterói, out. 2006. Disponível em: <[http://www.ulepicc.org.br/arquivos/pc\\_suzy.pdf](http://www.ulepicc.org.br/arquivos/pc_suzy.pdf)>. Acesso em: 05 out. 2012.

SANTOS, Suzy dos. SILVEIRA, Érico da. Serviço público e interesse público nas comunicações. In: RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy (Orgs.). **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007. (Coleção Comunicação).

SANTOS, Luiz Alberto dos. O Marco Regulatório da Comunicação Social Eletrônica no Brasil. In: RAMOS, Murilo César; DEL BIANCO, Nélia R. (Orgs.). **Estado e Comunicação**. Brasília: Intercom / Casa de Musas / Editora UnB, 2008.

SANTOS, Adriana Cristina Omena dos. A implantação da TV digital no Brasil: pseudoinclusão, ausências de interatividade e pouca aceitação pela sociedade. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs.). **Televisão digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Livro da Compós).

SCHRÖDER, Celso Augusto; CASTRO, Nilo André Piana de. Globo: empresa ou partido político. (Posfácio). In: HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Dom Quixote Editora, 2009.

SCORSIM, Ericson Meister. **TV digital e comunicação social: aspectos regulatórios – TVs pública, estatal e privada**. Belo Horizonte: Fórum, 2008.

SOARES, Luiz Fernando Gomes. Ambiente para Desenvolvimento de Aplicações declarativas para a TV Digital Brasileira. In: SQUIRRA, Sebastião; BECKER, Valdecir (Orgs.). **TV Digital.Br: Conceitos e Estudos sobre o ISDB-Tb**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009, p. 133-146. (Coleção azul de comunicação e cultura).

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1977.

SQUIRRA, Sebastião. A TV Digital e as Tecnologias na Comunicação. In: SQUIRRA, Sebastião; BECKER, Valdecir (Orgs.). **TV Digital.Br: Conceitos e Estudos sobre o ISDB-Tb**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009, p. 35-72. (Coleção azul de comunicação e cultura).

SQUIRRA, Sebastião; BECKER, Valdecir (Orgs.). **TV Digital.Br: Conceitos e Estudos sobre o ISDB-Tb**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.

STARKS, Michael. El Reino Unido: consenso e planificación. In: ALBORNOZ, Luis A.; GARCÍA LEIVA, Maria Trinidad. **La Televisión Digital Terrestre: experiencias nacionales y diversidad en**

Europa, América y Asia. Buenos Aires: La Crujía, 2012, p. 43-70.

WOLTON, Dominique. **O elogio do grande público**. São Paulo: Ática, 1996.

## **DOCUMENTOS E INFORMAÇÕES OFICIAIS PODERES EXECUTIVO, LEGISLATIVO E JUDICIÁRIO**

ABERT. *Amicus curiae*. **Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) nº 3.944-DF**, PG nº 168792/2007, 17 out. 2007, p. 04.

ABINEE. *Amicus curiae*. **Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) nº 3.944-DF**, PG nº 138272/2009, 09 nov. 2009.

ANATEL. **Anatel Apresenta em Seminário Histórico do Processo sobre o Padrão de TV Digital no Brasil** – Release, 30 ago. 2001. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

\_\_\_\_\_. **Relatório Anual 2004**. Disponível em: <[http://www.anatel.gov.br/hotsites/Relatorio\\_Anual\\_Anatel\\_2004/comunicacao\\_massa/relatorio/index.htm](http://www.anatel.gov.br/hotsites/Relatorio_Anual_Anatel_2004/comunicacao_massa/relatorio/index.htm)>. Acesso em: 15 mar. 2013.

BNDES. **Privatização**. Telecomunicações. Disponível em: <<http://bit.ly/9zf5ts>>. Acesso em: 10 mar. 2012.

\_\_\_\_\_. Institucional. Apoio Financeiro. Programas e Fundos. BNDES ProTVD. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Exposição de Motivos do Decreto nº 4.901**, 26 nov. 2003.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. **Decreto nº 4.901**, de 26 de novembro de 2003. Institui o Sistema Brasileiro de Televisão Digital – SBTVD e dá outras providências.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. **Memorando entre os Governos da República Federativa do Brasil e do Japão referente à implementação do sistema brasileiro de TV digital, baseado no padrão ISDB-T, e à cooperação para o desenvolvimento da respectiva indústria eletroeletrônica brasileira**, 13 abr. 2006. Disponível em: <<http://www.inovacao.unicamp.br/report/inte-memorando-brasiljapao.pdf>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

\_\_\_\_\_. Ministério das Comunicações. **Exposição de Motivos do Decreto nº 5.820/06**, 28 jun. 2006.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. **Decreto nº 5.820**, de 29 de junho de 2006a. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão e dá outras providências.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. **Termos de implementação para o “Memorando entre os**

**Governos da República Federativa do Brasil e do Japão referente à implementação do sistema brasileiro de TV digital, baseado no padrão ISDB-T, e à cooperação para o desenvolvimento da respectiva indústria eletroeletrônica brasileira”,** 29 jun. 2006b. Disponível em: <[http://www.itvproducoesinterativas.com.br/pdfs/legislacao/Declara\\_Br\\_japao.pdf](http://www.itvproducoesinterativas.com.br/pdfs/legislacao/Declara_Br_japao.pdf)>. Acesso em: 16 mar. 2013.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. **Declaração de Intenções das empresas privadas e outras instituições relacionadas japonesas sobre a implementação do sistema Brasileiro de TV Digital, baseado nos padrões ISDB-T e a cooperação no desenvolvimento para a respectiva indústria eletrônica,** 29 jun. 2006c. Disponível em: <[http://www.itvproducoesinterativas.com.br/pdfs/legislacao/Declara\\_Br\\_japao.pdf](http://www.itvproducoesinterativas.com.br/pdfs/legislacao/Declara_Br_japao.pdf)>. Acesso em: 16 mar. 2013.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. Ministério das Comunicações. **Portaria nº 24,** de 11 de fevereiro de 2009. Norma nº 01/2009. Norma Geral para Execução dos Serviços de Televisão Pública Digital. Aprova a norma que tem por finalidade regulamentar a operação compartilhada dos canais a serem utilizados pela União para a exploração dos Serviços de Televisão e de Retransmissão de Televisão Pública Digital, no âmbito do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre – SBTVD-T.

CGI.br [Comitê Gestor da Internet no Brasil]. CGI.br [Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto Br]. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas 2011.** Coordenação executiva e editorial: Alexandre F. Barbosa; tradução: Karen Brito Sexton (Org.). São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2012. Disponível em: <<http://www.cetic.br/publicacoes>>. Acesso em: 25 fev. 2013.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios:** síntese de indicadores 2011. Rio de Janeiro, 2012. ISBN 978-85-240-4254-6.

INTERVOZES, Conectas, Pro Bono. *Amicus curiae. Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) nº 3.944-DF,* PG Nº 178584/07, 31 out. 2007.

MPF-MG [Ministério Público Federal de Minas Gerais]. Grupo de Trabalho de Comunicação Social da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão. **Ação Civil Pública com Pedido de Antecipação de Tutela [Nulidade do Decreto nº 5.820/06].** Belo Horizonte, 17 ago. 2006.

MPF [Ministério Público Federal]. Parecer pela procedência do pedido. **Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) nº 3.944-DF,** 19 jun. 2009.

STF [Supremo Tribunal Federal]. **Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) nº 3.944-DF,** Relator Min. Ayres Britto, 21/08/2007. J. 05/08/2010. Diário de Justiça Eletrônico, n. 185 – divulgação: 30 set. 2010; publicação: 1º out. 2010. Apresentada pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL).

\_\_\_\_\_. **Glossário Jurídico.** Disponível em: <[www.stf.jus.br/portal/glossario/verVerbete.asp?letra=A&id=533](http://www.stf.jus.br/portal/glossario/verVerbete.asp?letra=A&id=533)>. Acesso em: 16 mar. 2013.

## SITES, JORNAIS E REVISTAS

ABERT. **Reunião anuncia volta do SBT e Record à Abert,** 17 nov. 2006. Disponível em:

<[http://www.abert.org.br/site/images/stories/releases/releaseabert\\_1711.pdf](http://www.abert.org.br/site/images/stories/releases/releaseabert_1711.pdf)>. Acesso em: 15 mar. 2013).

ABRA questiona restrição à multiprogramação. **Teletime**, 03 mar. 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/NYcFzK>>. Acesso em: 10 set. 2012.

ABRA entra com Ação Direta de Inconstitucionalidade contra Lei 12.485/11. **Teletime**, 10 abr. 2012. Disponível em: <<http://www.teletime.com.br/10/04/2012/abra-entra-com-acao-direta-de-inconstitucionalidade-contr-lei-12485-11/tt/272417/news.aspx>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

AGUIARI, Vinícius. Brasil atinge 94,2 milhões de usuários de internet. **INFO Online**, 14 dez. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/VXd84D>>. Acesso em: 28 fev. 2013.

ALENCAR, Kennedy; MEDINA, Humberto. Lula escolhe padrão japonês para TV digital. **Folha de S. Paulo**, 08 mar. 2006. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u105765.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u105765.shtml)>. Acesso em: 16 mar. 2013.

ALTA definição virá apenas em algumas atrações. **Folha de S. Paulo**, 02 dez. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj0212200708.htm>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

ANTUNES, Ricardo. **O segundo governo Lula e a desertificação social-liberal no Brasil**. Disponível em: <[http://resistir.info/brasil/r\\_antunes\\_01dez06.html](http://resistir.info/brasil/r_antunes_01dez06.html)>. Acesso em: 10 mar. 2013

A TV que não é só para ver. **TelaViva**, ano 18, n. 197, set. 2009, p. 28-30.

ARGENTINA vai adotar sistema nipo-brasileiro de TV digital. **Estado de S. Paulo**, set. 2009. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,argentina-vai-adotar-sistema-nipo-brasileiro-de-tv-digital,425870,0.htm>>. Acesso em: 06 mar. 2013.

ASSOCIAÇÃO de Canais Comunitários também questiona constitucionalidade da Lei do SeAC. **TelaViva News**, 21 dez. 2011. Disponível em: <<http://www.telaviva.com.br/21/12/2011/associacao-de-canais-comunitarios-tambem-questiona-constitucionalidade-da-lei-do-seac/tl/254997/news.aspx>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

BANDA larga: 16,8 milhões têm conexões acima de 2 Mbps. **Convergência Digital**, 30 jul. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/Q6G1eD>>. Acesso em: 1º mar. 2013

BITTENCOURT, Fernando. Prontos para o futuro. **TelaViva**, ano 21, n. 225, abr. 2012, p. 30-32.

BRILHO emergente. **TelaViva**, ano 20, n. 214, abr. 2011 p. 18-20.

BUONFIGLIO, Mário Luis. Panorama Tecnológico. **TelaViva**, ano 17, n. 73, set. 1998, p. 19-21.

CASTRO, Daniel. Padrão japonês encarece TV digital. **Folha de S. Paulo**, 02 dez. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj0212200701.htm>>. Acesso em 17 mar. 2013.

COMO entrarão os dólares. **TelaViva**, ano 11, n. 120, set. 2002, p. 32-33.

COM ASSINATURA e publicidade, receita da TV paga bate a da aberta pela primeira vez. **Veja Online**, 24 jul. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/RhvSK6>>. Acesso em: 06 out. 2012.

CONSELHO [sic] Consultivo do Sistema Brasileiro de TV Digital toma posse amanhã. **Agência**

**Brasil**, 19 mai. 2004. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2004-05-19/conselho-consultivo-do-sistema-brasileiro-de-tv-digital-toma-posses-amanha>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

COSTA, Beto. O padrão e a telinha. **TelaViva**, ano 09, n. 92, abr. 2000, p. 16-18.

COSTA, Henrique. PGR afirma que Decreto 5.820 é inconstitucional. **Observatório do Direito à Comunicação**, 16 jul. 2009. Disponível em: <[http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com\\_content&task=view &id=5264](http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=5264)>. Acesso em: 16 mar. 2013.

CRISE na TV: Record renuncia à vice-presidência da Abert. **Bahia Negócios**, 20 fev. 2004. Disponível em: <<http://www.bahianegocios.com.br/sem-categoria/crise-na-tv-record-renuncia-a-vice-presidencia-da-abert>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

DEM vai ao Supremo contra Lei 12.485/2011. **Teletime**, 21 nov. 2011. Disponível em <<http://www.teletime.com.br/21/11/2011/dem-vai-ao-supremo-contra-lei-12485-2011/tt/250598/news.aspx>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

DONOS da Mídia. **As Redes de TV**. Disponível em: <<http://donosdamidia.com.br/redes>>. Acesso em: 28 fev. 2013.

DONZELLI, Valdez. TV Digital no Brasil: sua história e o destacado papel da SET. **Revista da SET**, ano 21, n. 03, mar. 2010, p. 23-24.

DTV Status. Disponível em: <<http://en.dtvstatus.net>>. Acesso em: 05 mar. 2013.

EDITORIAL. **TelaViva**, ano 07, n. 71, jul. 1998, p. 03.

ENFIM, o relatório. **TelaViva**, ano 13, n. 91, mar. 2004, p. 04.

FONSÊCA, Daniel. Nova regulamentação não vai tratar de conteúdo, diz ministro. **Observatório do Direito à Comunicação**, 20 jun. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/NTKgLR>>. Acesso em: 15 set. 2012.

EIKE Batista pode ter Rupert Murdoch como sócio no SBT, diz Veja. **Comunique-se**, 01 out. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/PO1tDI>>. Acesso em: 03 out. 2012.

FALGETANO, Edylita. **TelaViva**, ano 07, n. 71, jul. 1998, p. 28-31.

FALGETANO, Edylita. A realidade digital. **TelaViva**, ano 17, n. 72, ago. 1998, p. 18-20.

FALGENATO, Edylita. Concorrência acirrada. **TelaViva**, ano 11, n. 113, jan./fev. 2002, p. 10-12.

FESTA com os pés no chão. **Tela Viva**, ano 15, n. 164, set. 2006, p. 14-20.

FNDC. Quem somos. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

FURTADO, José Maria. Indústria de Receptores: vendas crescem em velocidade estonteante. **Revista da SET**, ano 21, ed. esp. n. 03, mar. 2010, p. 16-17.

GLOBO. **Portal institucional**. Disponível em: <<http://glo.bo/tU34Xb>>. Acesso em: 28 fev. 2013.

GLOBO.COM. **TV digital**. Disponível em: <<http://www.tvglobodigital.com>>. Acesso em: 1º mar. 2013.

INTERVOZES – Coletivo Brasil de Comunicação Social. **TV Digital**, n. 1, nov. 2005. (Revista). Disponível em: <<http://www.intervozes.org.br/publicacoes/revistas-cartilhas-emanuais/TVDigital.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2007.

\_\_\_\_\_. **Frente da TV e do Rádio Digital**. Disponível em: <[http://www.intervozes.org.br/articulacoes/tv\\_digital](http://www.intervozes.org.br/articulacoes/tv_digital)>. Acesso em: 16 mar. 2013.

INVESTIMENTO das grandes redes em programação de HDTV ainda é tímido. Folha de S. Paulo, 02 dez. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj0212200705.htm>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

KOLESKI, Fábio. O duro caminho da regionalização. **TelaViva**, ano 07, n. 71, jul. 1998, p. 14-16.

KIELING, Alexandre; PRIOLLI, Gabriel; HERZ, Daniel; BRAGA, Maria José; SCHRÖDER, Celso; LEAL, Márcio. **Avaliação do Documento “Cadeia do Valor”**. Brasília: FNDC, Fenaj, ABTU, 03 mai. 2005. Disponível em: <[http://www.fndc.org.br/internas.php?p=listdocumentos&categ\\_key=52](http://www.fndc.org.br/internas.php?p=listdocumentos&categ_key=52)>. Acesso em: 05 mar. 2013.

JUSTIÇA nega ação do Ministério Público contra decreto da TV digital. **Telesíntese**, 30 ago. 2006. Disponível em: <<http://telesintese.com.br/index.php/menu-teste/41-plantao-2006/plantao-2006/4085-justica-nega-acao-do-ministerio-publico-contradecreto-da-tv-digital>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

LAUTERJUNG, Fernando. Hermanos digitais. **TelaViva**, ano 18, n. 198, out. 2009, p. 14-16.

LEI 12.485/11 é importante para o setor, afirma representante do Sindicato da Indústria Audiovisual de SP. **Notícias STF**, 25 fev. 2013. Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=231839>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

LOBATO, Elvira. Lula anuncia mais R\$ 1 bi para TV digital. **Folha de S. Paulo**, 03 dez. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0312200702.htm>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

LOBATO, Elvira; MATAIS, Andreza. Nova regulação para mídia digital será feita com ou sem consenso, diz Franklin Martins. **Folha de S. Paulo**, 09 nov. 2010. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/poder/827762-nova-regulacao-para-midia-digital-sera-feita-com-ou-sem-consenso-diz-franklin-martins.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/poder/827762-nova-regulacao-para-midia-digital-sera-feita-com-ou-sem-consenso-diz-franklin-martins.shtml)>. Acesso em: 18 mar. 2013.

LULA escolhe TV digital. **Globo.com**, 31 jan. 2006. Disponível em: <<http://glo.bo/YPEVVX>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

LULA zera imposto sobre equipamentos de TV. **Folha de S. Paulo**, 09 out. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u335078.shtml>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

LULA anuncia incentivo de R\$ 1 bi para baratear conversor. **Estadão.com.br**, 02 dez. 2007. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/tecnologia,lula-anuncia-incentivo-de-r-1-bi-para-baratear-conversor,-89395,0.htm>. Acesso em: 17 mar. 2013.

MANZANO, Rodrigo. Mercado cresce 8,5% e TV tem share recorde. **Meio & Mensagem**, 08 mar. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/XUqIXm>>. Acesso em: 27 fev. 2013.

MATTOS, Laura. Na era Lula, sobe o número de rádios fechadas. **Folha de S. Paulo**, 28 jan. 2004. Ilustrada. Disponível em: <<http://bit.ly/Y1OZ3I>>. Acesso em: 02 mar. 2013.

\_\_\_\_\_. Record rompe com SBT e Band e volta a se aliar à Globo na Abert. **Folha de S. Paulo**, 18 jul. 2002. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq180720\\_0204.htm](http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq180720_0204.htm)>. Acesso em: 15 mar. 2013.

MCCLELLAN, Steve. Teste de multicanais. **TelaViva**, ano 07, n. 71, jul. 1998, p. 32.

MIRO Teixeira cria secretaria para fiscalizar Anatel. **Portal Terra**, 25 mar. 2003. Disponível em: <[www.terra.com.br/informatica/2003/03/25/000.htm](http://www.terra.com.br/informatica/2003/03/25/000.htm)>. Acesso em: 15 mar. 2013.

MUNIZ, Diógenes. “Éramos felizes e não sabíamos”, diz diretor da Globo sobre novas mídias. **Folha de S. Paulo**, 25 ago. 2008. Disponível em: <http://bit.ly/SuIcW8>. Acesso em: 10 set. 2012.

NAKONECHNYJ, Liliana. Radiodifusoras e a implantação da TV digital. Entrevista. **T&C Amazônia**, ano 05, n. 12, out. 2007, p. 02-06.

\_\_\_\_\_. A maior convergência ocorrerá no terminal do cidadão. Entrevista. **Revista da SET**, n. 102, set. 2008, p. 33-35.

NEOTV questiona constitucionalidade da Lei 12.485/2011. **Teletime**, 30 mar. 2012. Disponível em: <<http://www.teletime.com.br/30/03/2012/neotv-questiona-constitucionalidade-da-lei-12485-2011/tt/270597/news.aspx>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

NOVO ministro das Comunicações é dono de emissoras de rádio. **RadioLivre.org**, 23 jan. 2004. Disponível em: <[www.radiolivre.org/node/61](http://www.radiolivre.org/node/61)>. Acesso em: 15 mar. 2013.

OLIVEIRA, Jéssica. Funcionários da RedeTV! fazem apelo sobre crise financeira na emissora. **Portal Imprensa**, 11 set. 2012a. Disponível em: <<http://bit.ly/P8PxML>>. Acesso em 05 out. 2012.

OLIVEIRA, Ricardo. IAB: Internet passa TV no Brasil. **Jornal da Paraíba Online**, 16 mai. 2012b. Disponível em: <<http://bit.ly/PR1siS>>. Acesso em: 17 set. 2012.

PERU e Chile adotam sistema nipo-brasileiro. **Valor Econômico**, 15 set. 2009. Disponível em: <<http://www.americalatina.org.br/internas.php?noticias=&interna=29268>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

**PORTAL HDTV Fortaleza**. Disponível em: <<http://www.portalhdtvemfortaleza.com.br>>. Acesso em: 03 mar. 2013.

POSSEBON, Samuel. Entre polêmicas, TV digital anda. **TelaViva**, ano 15, n. 163, ago. 2006, p. 44.

\_\_\_\_\_. Batalha Épica. **Teletime**, ano 14, n. 143, mai. 2011. Disponível em: <<http://bit.ly/W5I1W4>>. Acesso em: 02 set. 2012.

PRESIDENTE da Abert quer implantação urgente da TV digital”. **Agência Câmara**, 8 fev. 2006. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/agencia/noticias/83120.html>>. Acesso em: 15 set.

2012.

PROGRAMA do BNDES para apoiar a TV digital não emplaca, e regras podem mudar. **Cidade Biz**, 26 mai. 2008. Disponível em: <[http://cidadebiz.ig.com.br/conteudo\\_detalhes.asp?id=43168](http://cidadebiz.ig.com.br/conteudo_detalhes.asp?id=43168)>. Acesso em: 17 mar. 2013.

RECORD deixa a Abert. **Telesíntese**, 29 out. 2012. Disponível em: <[www.telesintese.com.br/index.php/plantao/21035-record-deixa-a-abert](http://www.telesintese.com.br/index.php/plantao/21035-record-deixa-a-abert)>. Acesso em: 15 mar. 2013.

RODRIGUES, Camila. Confira dicas para escolher o conversor. Folha de S. Paulo, 02 dez. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj0212200707.htm>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

SBT anuncia seu desligamento da Abert. **Diário do Grande ABC**, 16 nov. 1999. Disponível em: <<http://www.dgabc.com.br/News/9000072328/sbt-anuncia-seu-desligamento-da-abert.aspx?ref=history>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

SIQUEIRA, Ethevaldo. As duas faces do PLC 116. **O Estado de S. Paulo**, 14 ago. 2011. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,as-duas-faces-do-plc-116,758260,0.htm>>. Acesso em: 19 mar. 2013.

STYCER, Maurício. Globo muda programação para atender à nova classe C. **UOL**, 9 mai. 2011. Disponível em: <<http://bit.ly/mDCwur>>. Acesso em: 17 set. 2012.

TAKANO, Andréia. Record fecha o ano com faturamento de R\$ 700 milhões. **Portal Terra**, 18 nov. 2005. Disponível em: <<http://bit.ly/Y9pdDH>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

TELEBRASIL. **TV Digital**: posição Oficial, 27 jan. 2006. Disponível em: <<http://www.telebrasil.org.br/posicionamentos/posicionamentos-institucionais>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

TV de alta indefinição. **TelaViva**, ano 12, n. 132, out. 2003, p. 26-27.

TV DIGITAL estreia nos EUA, mas ainda enfrenta resistência. **Portal Terra**, 15. Jun. 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/a7aR1C>>. Acesso em: 30 set. 2010.

ZANATTA, Carlos Eduardo; POSSEBON, Samuel. Xadrez da Mídia. **TelaViva**, ano 11, n. 122, nov. 2002, p. 12-15.