

Universidade Federal do Rio de Janeiro

TV digital aberta: conflitos na implantação de uma nova mídia no Brasil

PATRÍCIA MAURÍCIO CARVALHO

RIO DE JANEIRO

2011



Universidade Federal do Rio de Janeiro

TV digital aberta: conflitos na implantação de uma nova mídia no Brasil

Patrícia Maurício Carvalho

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutor em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Profª Drª Janice Caiafa

Rio de Janeiro
2011

FICHA CATALOGRÁFICA

Maurício, Patrícia

TV Digital: conflitos na implantação de uma nova mídia no Brasil / Patrícia Maurício Carvalho. Rio de Janeiro: UFRJ / Escola de Comunicação, 2011.

260 f.

Orientador: Janice Caiafa

Tese (doutorado) – UFRJ / Escola de Comunicação, / PPGCOM, 2011.

Referências bibliográficas:

1. Televisão 2. TV digital 3. Modelo de negócios 4. Interesse público – Tese I.Caiafa, Janice (Orient.). II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação. III. Título.

CDD:

FOLHA DE APROVAÇÃO

Patricia Maurício Carvalho

TV digital: conflitos na implantação de uma nova mídia no Brasil

Rio de Janeiro, 25 de março de 2011

Prof^ª. Dr^a. Janice Caiafa
Doutora em Antropologia
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. João Batista de Macedo Freire
Filho
Doutor em Letras
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Leonel Azevedo de Aguiar
Doutor em Comunicação
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Valério Cruz Brittos
Doutor em Comunicação
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Prof. Dr^a. Vera Regina Veiga França
Doutora em Ciências Sociais
Universidade Federal de Minas Gerais

DEDICATÓRIA

Para Gui e Robson
Para os meus pais

AGRADECIMENTOS

À professora Janice Caiafa, que acolheu minhas inquietações no campo da comunicação, me orientou e buscou transformar uma repórter em pesquisadora;

Aos professores membros da banca, que muito me honraram por aceitar o convite: João Freire Filho, Leonel Aguiar, Valério Brittos e Vera França, e as suplentes Andréa França e Ilana Strozenberg.

Agradeço imensamente à professora Lílían Saback, que me apoiou e incentivou em todos os momentos do doutorado; à professora Clarice Abdalla (in memoriam), que me abriu a porta da vida acadêmica; à professora Angeluccia Habert, que me guiou através dessa porta e ainda hoje; aos professores César Romero Jacob e Miguel Pereira, que sempre valorizaram o meu trabalho; à professora Adriana Braga, pela grande ajuda na reta final desta tese;

Ao Robson, meu marido, pela paciência e ajuda nas horas mais complicadas;

Aos meus excelentes professores desta escola; aos queridos colegas da pós; aos funcionários da secretaria.

RESUMO

Este trabalho acompanha e analisa a implantação da televisão digital no Brasil e os conflitos políticos travados naquele momento. Percebemos que as emissoras de TV aberta buscavam adiar pelo maior tempo possível a interatividade para evitar aumento de custos e a mudança do seu modelo de negócios. Elas procuravam evitar também a entrada de novos canais de TV para não perder receita. Acreditamos que a criação da TV Brasil tenha sido uma tentativa do governo de democratizar a comunicação pela televisão a qual ainda não rendeu frutos. Analisamos esta questão retomando circunstâncias presentes no início do rádio no Brasil e que ecoam na situação atual. Afirmamos que a inclusão digital e a democratização das comunicações, possíveis através da TV digital e defendidas pelos movimentos sociais e pelo governo Lula em seu início, não prosperou, prevalecendo interesses comerciais das emissoras. No contexto econômico e político as emissoras puderam sobrepor-se ao interesse público. Enquanto isso, outras mídias digitais, como a internet, se disseminavam. Este fato pode levar a uma inclusão digital, embora mais lenta, acreditamos, do que poderia ter sido através da TV digital. A abordagem do tema é sócio-histórica e se coloca sob o ponto de vista da economia política da comunicação.

Palavras-Chave: *Televisão. TV digital. Modelo de negócios. Interesse público. Economia política.*

ABSTRACT

This thesis outlines and discusses the deployment of digital television in Brazil and the political struggles at that time. We noticed that the broadcasters endeavored to delay interactivity as long as possible in order to avoid increased costs and changes on their business model. They also sought to prevent the entry of new TV channels to keep their revenue. We believe that the creation of TV Brasil has been an attempt by the government to democratize communications, but so far this attempt did not succeed. I have analysed that issue reminding circumstances present at the beginning of the radio in Brazil which echo in the current situation. We affirm that digital inclusion and democratization of communications, made possible throughout digital TV and are supported by social movements and Lula government in its beginning, did not prosper, prevailing the commercial views of the broadcasters. In political and economic context the broadcasters were able to overlap the public interest. Meanwhile, other digital media, such as the internet, were spreading. This fact can lead to a digital inclusion, albeit in a slower way, we believe, from what could have been through digital TV. This thesis is written in a social historical and also a political economy point of view.

Key words: *Television. Digital TV. Business model. Public interest. Political economy.*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
 CAPÍTULO 1 - O início da TV digital	 20
1.1 O desenvolvimento da nova tecnologia	20
1.2 Os primeiros testes com TV digital no Brasil	23
1.3 Governo Lula traz perspectiva inclusiva e nacionalizante	27
1.4 O decreto 4.901/2003	32
1.5 Os movimentos sociais e a TV digital	49
1.6 Mudança de rumo no Ministério das Comunicações	52
1.7 A força das Organizações Globo	61
 CAPÍTULO 2 - A implantação da TV digital e suas consequências no contexto de outras mídias digitais	 75
2.1 Demandas dos movimentos sociais	82
2.2 O decreto 5.820/2006	86
2.3 Telefônicas buscam espaço no mercado de TV	102
2.4 A concorrência de outras mídias digitais	115
2.5 Palestras desvendam intenções do mercado	123
2.6 A gradual queda de audiência da TV aberta	140
2.7 A convergência e os programas transmídia	155
2.8 A Conferência Nacional de Comunicação	169
2.9 Uma lei única para a TV por assinatura	178
 CAPÍTULO 3 - TV pública: saída para democratizar a televisão digital?	 185
3.1 A defesa do interesse público no início do rádio no Brasil	186
3.2 O exemplo britânico de regulação	193
3.3 As primeiras tentativas de emissoras de TV educativas	199

3.4 A TV Brasil	201
3.5 Produção independente: democratização ou economia?	207
3.6 A digitalização da TV pública	216
CONCLUSÕES	221
BIBLIOGRAFIA	229
Reportagens e artigos na imprensa	236
Reportagens sem crédito para o autor	250
Principais documentos consultados	254
Acompanhamento de eventos relacionados à TV digital	255
Entrevistas feitas para esta tese	256
Anexo	258

INTRODUÇÃO

Este trabalho trata da implantação da TV digital aberta no Brasil no contexto de outros meios digitais concorrentes e dos conflitos que a precederam e sucederam, basicamente entre radiodifusores, que queriam manter seu mercado, e movimentos sociais interessados na democratização das comunicações. O interesse público e o interesse privado eram questões que estavam em jogo desde as discussões iniciais sobre o tema, ora prevalecendo um, ora o outro, nos debates e em decisões governamentais.

A TV digital aberta já é uma realidade no país. Em 29 de junho de 2006 o presidente Lula assinou decreto instituindo o modelo tecnológico para a nova TV: seria o modelo japonês, com algumas inovações brasileiras. As transmissões do sinal começaram para São Paulo (dezembro de 2007), Rio de Janeiro e Belo Horizonte (abril de 2008), Goiânia (agosto de 2008) e foram se espalhando pelo Brasil. De acordo com o Ministério das Comunicações, todos os municípios terão sinal digital no final de 2013 e em meados de 2016 serão desligados os sinais analógicos. O mesmo decreto que instituiu o modelo concedeu aos atuais detentores de canais de TV aberta, como as TVs Globo e Bandeirantes, o uso da frequência por mais dez anos. Antes da assinatura houve muita polêmica envolvendo diferentes grupos de interesse, debate este que pouco chegou à mídia – as emissoras de TV e jornais e revistas a elas ligados defendiam o modelo japonês e não queriam o debate sobre o tema.

Mas o decreto, embora definindo alguns pontos que beneficiam as emissoras, não encerrou o assunto, pois ainda faltava a regulamentação, o que levou a uma disputa de interesses. Naquele momento, os atores envolvidos eram representantes da sociedade civil organizada (que chamaremos aqui de movimentos sociais ou movimento popular), como o Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social; cidadãos interessados em democratizar os meios de comunicação, em especial profissionais e acadêmicos de informática, engenharia de telecomunicações e, mais recentemente, de comunicação; e as emissoras de TV comerciais. Companhias telefônicas e fabricantes de equipamentos também atuavam na questão.

A TV digital traz uma série de vantagens para o espectador: ele pode parar o programa, sair e recomeçar do ponto em que parou quando voltar (inclusive pulando os

comerciais, o que promete dar uma reviravolta na publicidade); pode parar o programa e comprar um item que aparece na tela, como o brinco da atriz da novela, pelo controle remoto; pode assistir ao jogo de futebol do ponto de vista da sua torcida, com o áudio dela, além de abrir janelas para ver o jogo por outros ângulos e enviar mensagens de texto aos amigos comentando as jogadas. Isto, é claro, entre muitas outras possibilidades. No início das discussões sobre o novo meio, as emissoras logo pensaram nas vendas, como a do brinco da atriz. O governo, por sua vez, pensou inicialmente em usar o novo meio para educação à distância e serviços, como marcações de consultas no SUS.

Tecnicamente, no espaço em que no sistema analógico é enviado um único canal (seis megahertz), com a compressão digital dos dados pode-se optar pela multiprogramação. De acordo com o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD)¹, com a compressão em Mpeg² 2 é possível enviar quatro programas diferentes na banda de frequências de 6 megahertz, e com Mpeg 4 (H.264), oito programas, em definição padrão (Standard Definition, SD), que equivale à qualidade do DVD. A alta definição (High Definition, HD) ocupa mais espaço. O áudio também pode ser estéreo ou surround, com seis canais.

Cada país pode fazer a opção que quiser dentro destas possibilidades, transmitindo, por exemplo, só em HD, só em SD ou os dois tipos. Residia aqui uma oportunidade de democratizar a comunicação: se o país decidisse ter quatro canais na banda de seis megahertz e cada um deles fosse entregue a um concessionário diferente, poderíamos ter na TV aberta e gratuita VHF (Very High Frequency) 28 canais em vez dos atuais sete. Ou seja, muito mais vozes fariam ao telespectador. Isso poderia ser um problema para as atuais emissoras, que temem dividir o bolo publicitário com outras, e para as empresas de TV por assinatura, pois muita gente que hoje as assina para melhorar a imagem e ter um pouco mais de opção poderia cancelar o serviço.

A interatividade através da televisão se divide em local e plena. A local permite que o telespectador interaja com conteúdos previamente armazenados pela emissora, como o acesso a um texto que dê mais informações sobre uma notícia veiculada e vídeos adicionais

¹ Modelo de referência: sistema brasileiro de televisão digital terrestre. Funttel – Projeto Sistema Brasileiro de Televisão Digital, OS 40539, Campinas, p. 13. Consultado em: http://www.fndc.org.br/arquivos/Modelo_referencia.pdf.

² Mpeg (Moving Pictures Expert Group) define padrões para a compressão e transmissão de áudio e vídeo. Mpeg 2 equivale a imagens em movimento e áudio a uma taxa de 10 Mbps.

que dêem mais detalhes, por exemplo, sobre a rotina de um animal num programa sobre vida selvagem (ou o exemplo mais fácil e barato de produzir, a disponibilização das imagens captadas por outras câmeras durante um jogo de futebol ao vivo para o telespectador escolher). A interatividade plena permite que o telespectador interfira na programação que está sendo enviada para todos, votando, enviando informações e e-mails, etc. Desde o início da discussão sobre TV digital no primeiro governo Lula, como mencionado acima, havia a perspectiva de canais de serviços, para governos, bancos, etc. No caso da chamada TV-gov, a expectativa era de ser usada para declarações, como do Imposto de Renda, agendamento de serviços, etc. Para isso, é necessário um canal de retorno do televisor para as emissoras. Este canal de retorno pode ser pelo telefone fixo, celular, banda larga e até mesmo pela rede elétrica, opção mais recente e ainda não tão bem aceita por problemas técnicos não totalmente resolvidos.

A portabilidade/mobilidade tornou possível assistir televisão em aparelhos portáteis e telefones celulares, inclusive dentro de veículos em alta velocidade. A digitalização também tornou possível a transmissão e recepção em alta definição (High Definition TV ou full hd). A imagem é formada por 1080 linhas (contra 520 linhas da analógica), cada uma com 1920 pixels, e 60 quadros por segundo. Além disso, é possível gravar programas no disco rígido do televisor (hard disk, outra sigla HD), um prenúncio do fim da grade de programação, já que o telespectador passa a poder acessar (usando uma nomenclatura já do campo da informática) o programa na hora que quiser.

Ao mesmo tempo em que os processos de pesquisa, escolha e implantação relativos à TV digital aberta se desenrolam no Brasil, ocorre também o crescimento de outras mídias digitais que concorrem com a televisão por audiência: a internet, o celular (com internet e televisão) e a TV por assinatura. Muito se discutiu também, neste período, sobre convergência de mídias. Inicialmente, havia debates sobre se a TV iria convergir para o computador, o computador para a TV, tudo para o celular, etc. No caso do Brasil, uma vez que mais de 90% das casas possuíam televisor, na época parecia lógico para muitos pesquisadores e integrantes do governo federal que o projeto de TV digital fosse usado para fazer a inclusão do maior número possível de brasileiros ao mundo digital. Seria mais rápido que colocar computadores neste mesmo número de casas. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do IBGE de 2008 (divulgada em 2009), o número de

domicílios com computador equivalia a 31,2% do total, sendo que apenas 23,8% com internet. A internet chegou ao Brasil em 1991 para servir à comunidade acadêmica, com a instalação da Rede Nacional de Pesquisa em 11 capitais, e veio se disseminando e crescendo em importância na vida dos usuários/cidadãos. Fomos acompanhando e analisando estes acontecimentos e a forma como os atores envolvidos na questão atuavam e reagiam a eles.

Com o objetivo de dar conta deste processo de implantação da TV digital no Brasil, recorreremos à etnografia. Busquei ouvir as principais partes envolvidas e acompanhar seminários e congressos sobre o tema, boletins na internet e reportagens do jornal O Globo – diretamente interessado na questão por ser da mesma organização empresarial da TV Globo, emissora de TV aberta que defendeu seus interesses comerciais ao longo do processo de escolhas da TV digital brasileira. As análises feitas a partir da coleta dos dados levam também em conta que televisão é um serviço público que pode ser outorgado pelo governo federal a empresários ou grupos empresariais privados, e um serviço que atinge 95,1% dos lares brasileiros, de acordo com a pesquisa citada acima. Com um alcance como este, não apenas o poder que é concedido através destas outorgas é grande, mas a responsabilidade também. Televisão é poder, e mudanças no meio televisão implicam novo confronto para definir quem vai deter este poder, dividindo grupos de interesse. Neste contexto, será possível que o interesse público prevaleça?

Este estudo busca investigar como foi o processo de criação da TV digital no Brasil desde os primórdios, passando pelos dois decretos presidenciais que determinaram sua pesquisa e implantação, e os obstáculos para que fosse implantada com todos os seus benefícios para a população, obstáculos estes gerados pelas pressões das emissoras de TV e crescimento da internet e outros meios novos. Foi muito importante para esta pesquisa a análise dos documentos, entre os quais o decreto 4.901 de 26 de novembro de 2003, que determinou os objetivos do governo para a TV digital aberta brasileira, e a exposição de motivos do então ministro das Comunicações; o modelo de referência para a TV digital elaborado pelo Centro de Pesquisas e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD); o decreto 5.820, de 29 de junho de 2006, que implantou a TV digital alterando os objetivos do governo para o novo meio; a carta de lançamento da Frente Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV; além das leis já existentes para o setor de comunicação, como

a Lei das Telecomunicações e as legislações para a radiodifusão e para a TV por assinatura. Os documentos puderam apontar as posições do governo em momentos diferentes, as dos pesquisadores e as do movimento popular.

A pesquisa analisa a luta entre interesse público e interesses comerciais na TV digital aberta, e vai buscar na história da radiodifusão brasileira, a partir de bibliografia, entrevista e uma revista da década de 20, alguns outros momentos cruciais em que estes interesses se chocaram. Estes momentos são importantes para entender por que a questão da TV pública, tema que vamos tratar no capítulo 3, teve um papel relevante durante o processo de digitalização da TV. Outra questão sobre a qual nos debruçamos é a democratização das comunicações, expressão e tema que surge dos discursos do movimento popular e acadêmico – aos quais temos acesso através de entrevistas, publicações e bibliografia – e também nos discursos iniciais do governo. Junto com a democratização das comunicações, outra expressão que faz parte do discurso dos movimentos sociais é o direito à comunicação. Bia Barbosa, membro da coordenação executiva do Coletivo Intervozes, resumiu o significado do termo explicando que numa sociedade globalizada “qualquer grupo social só vai ter sua liberdade de expressão garantida se sua opinião passar pelos meios de comunicação. A partir do momento em que você diz que algo é um direito você está afirmando o dever do Estado de garantir este direito”³.

Como coloca Bauman (2009), as tecnologias da comunicação se sucedem no momento atual incentivando ao máximo o consumo e fazendo as anteriores virarem “lixo”. Esta é uma boa indicação para que se entenda o contexto de implantação da TV digital que discutimos aqui.

Considero que a implantação da TV aberta digital e seu contexto é um tema que merece ser estudado porque tem relevância social dado o alcance da televisão na sociedade brasileira. A comunicação tornou-se central na sociedade atual, por isso é importante pensar de que forma um meio que poderia trazer mais vozes (mais canais com diferentes concessionários) aos telespectadores e que poderia propiciar a inclusão digital, melhorando a qualidade de vida, foi tratado pela sociedade brasileira – governo federal, movimentos

³ Palestra no curso JPPS da ECO/UFRJ em 1º de junho de 2009.

sociais e academia, e compreender como estes interesses se articularam e a força que tiveram nos variados momentos que se sucederam.

O objetivo central, portanto, consistiu em identificar estas forças atuantes para buscar compreender como foi sendo tecida a estrutura da televisão digital, mapear onde, em que momento e por que meios certos interesses conseguiram prevalecer. Ao longo da pesquisa, ficou claro que era importante identificar o papel que as novas mídias digitais (internet, celular e televisão por assinatura) vinham assumindo na competição por audiência com a televisão aberta, na própria democratização das comunicações e na inclusão digital, e tornou-se também um objetivo compreender o que estava ocorrendo com esses meios e como isso atingia os processos da TV digital aberta. Outro objetivo secundário foi identificar como um jornal ligado a uma rede de TV cobria o tema. Para isto fizemos a leitura diária do jornal O Globo. Correlativamente, este trabalho pretende contribuir para pesquisas futuras que necessitem deste mapeamento no próprio momento em que os fenômenos ocorriam para novas análises, a partir de outros elementos.

O problema de pesquisa foi, portanto, mapear e analisar como foi se desenrolando o conflito de interesses na fase de implantação da TV digital; como era o contexto em termos de meios digitais que, ao mesmo tempo, faziam concorrência para a TV digital aberta em termos de audiência, e eram outra forma de trazer a inclusão digital e democratizar as comunicações; que ações foram empreendidas pelas emissoras de TV aberta para mobilizar seus interesses – basicamente evitar mais concorrência no espectro de frequências e manter o modelo de negócios; de que forma os movimentos sociais se posicionaram, como faziam a defesa do interesse público e como caracterizavam o interesse público.

No início da pesquisa havia pouquíssima bibliografia sobre o tema do ponto de vista da comunicação. O assunto ainda era tratado prioritariamente por profissionais de engenharia de telecomunicações e de informática. Ao longo do trabalho isso foi mudando, embora as referências bibliográficas ainda sejam escassas. Tratando especificamente de TV digital, utilizo como referência principal os trabalhos dos pesquisadores Valério Brittos, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), e César Bolaño, da Universidade Federal de Sergipe. Porém, outros autores têm trabalhos relevantes nesta área e também serão utilizados nesta tese.

Em seus livros e artigos, Bolaño e Brittos tratam do tema sob o ponto de vista da economia política da comunicação, a partir do qual esta tese também se coloca. Acredito que observando as questões econômicas e disputas políticas (que em muitos casos têm as questões econômicas como condicionantes) é possível compreender os rumos tomados nos debates e nas decisões de governo, empresariais e nas ações dos movimentos sociais. Cruz (2008), por sua vez, faz uma análise do processo da TV digital partindo do seu trabalho como repórter do jornal Estado de São Paulo fazendo a cobertura do tema e chegando a uma tese de doutorado sobre o assunto, a qual englobava também o início da televisão brasileira. Estes autores muito contribuíram para o meu trabalho, o qual, no entanto, se diferencia, entre outras questões, pelo acompanhamento diário da cobertura do jornal O Globo – o principal do Rio de Janeiro e pertencente a uma organização empresarial que participou ativamente do processo de decisão e implantação do novo meio; pelas entrevistas com integrantes do movimento social que atuavam na questão; e pela pesquisa sobre interesses que se chocaram no momento de definir o modelo de financiamento do rádio brasileiro e do início da TV pública no Brasil, num quadro semelhante ao que ocorreu na implantação da TV digital aberta. Além disso, o ponto de vista de cada pesquisador será sempre diferente do de outro, mesmo que compartilhem de alguns pressupostos e pesquisem o mesmo tema.

Alguns autores que são referência bibliográfica para esta tese são, ao mesmo tempo, participantes do processo de implantação da TV digital no país como integrantes do movimento social, e/ou como militantes acadêmicos (conforme explicam Bolaño e Brittos em menção no capítulo 2 deste trabalho) e/ou como integrantes ou contratados do governo federal para fazer pesquisas sobre TV digital e ajudar na definição do modelo. É o caso de Bolaño e Brittos, Adilson Cabral Filho, Regina Mota, Takashi Tome e vários outros. Procurei explicitar estes casos ao longo do trabalho. Em seus textos, invariavelmente, havia uma defesa dos objetivos do governo na fase inicial dos governos Lula, quando o ministro das Comunicações era Miro Teixeira. Martins e Holanda, por exemplo, afirmavam, quando analisavam para o governo federal uma definição para o modelo nacional, que “o governo dá ênfase à utilização desse veículo de comunicação como plataforma para inclusão social e para a redução das desigualdades de informação, educação e renda experimentadas pelo

país” (2005, p. 174). Como veremos adiante, o governo mudou de curso no meio do caminho, enquanto os acadêmicos mantinham sua posição.

A pesquisa busca a isenção, mas não se pressupõe totalmente isenta. Raciocinando a partir de Mikhail Bakhtin, o pesquisador nunca vai conseguir se colocar no lugar do entrevistado ou do fenômeno que pesquisa, porque não pode sair de si mesmo. Pode transcender a si mesmo olhando o outro, recebendo o excedente do olhar do outro (completamento), mas isso tem limite, e o pesquisador sempre vai falar de um ponto de vista que é apenas dele. Um dos momentos em que Bakhtin se refere a esta impossibilidade de alguém ter a visão total de uma situação, ou de se colocar no lugar do outro, está no livro *Estética da criação verbal*:

Quando contemplo no todo um homem situado fora e diante de mim, nossos horizontes concretos efetivamente vivenciáveis não coincidem. Porque em qualquer situação ou proximidade que esse outro que contemplo possa estar em relação a mim, sempre verei e saberei algo que ele, da sua posição fora e diante de mim, não pode ver: as partes de seu corpo inacessíveis ao seu próprio olhar – a cabeça, o rosto, e sua expressão –, o mundo atrás dele, toda uma série de objetos e relações que, em função dessa ou daquela relação de reciprocidade entre nós, são acessíveis a mim e inacessíveis a ele. [...]

Esse *excedente* da minha visão, do meu conhecimento, da minha posse – *excedente* sempre presente em face de qualquer outro indivíduo – é condicionado pela singularidade e pela insubstituíbilidade do meu lugar no mundo: porque nesse momento e nesse lugar, em que sou o único a estar situado em dado conjunto de circunstâncias, todos os outros estão fora de mim (2003, p. 21-22).

O pesquisador ocupa um lugar de valor, de sentido, por isso não há neutralidade absoluta. Esta decisão de procurar uma isenção possível, mas sabendo que existe um lugar de fala, é reforçada pelo pensamento do cientista social português Boaventura de Sousa Santos:

Não há ciência pura, há um contato cultural de produção de ciência. Isso é muito importante, já que aprendemos com nossa epistemologia positivista que a ciência é independente da cultura; entretanto, os pressupostos culturais das ciências são muito claros. Vamos, portanto, discutir como podemos, no que diz respeito à ciência, ser objetivos mas não neutros; como devemos distinguir entre objetividade e neutralidade. Objetividade, porque possuímos metodologias próprias das ciências sociais para ter um conhecimento que queremos que seja rigoroso e que nos defenda de dogmatismos; e, ao mesmo tempo, vivemos em sociedades muito injustas, em relação às quais não podemos ser

neutros. Devemos ser capazes de efetuar essa distinção, que é muito importante (SANTOS, 2007, p. 23).

Há um outro aspecto desta tese que devo a Bakhtin e Santos. Abordo o tema TV digital evitando ao máximo retirá-lo do seu contexto. Não é possível nos limites de um trabalho dar a ideia completa de um contexto. Sempre ficarão faltando muitos elementos aos quais o pesquisador não teve acesso, nem mesmo soube que estavam ocorrendo (por mais exaustiva que tenha sido a pesquisa, eles sempre existirão), e outros que não couberam no espaço de uma tese. Ainda assim, me esforcei para criar um quadro da implantação da TV digital incluindo questões indiretamente ligadas a ela, como o que estava ocorrendo na TV por assinatura (que se digitalizou antes e fora do padrão escolhido para a TV aberta), na internet e no celular, além da criação da chamada TV pública, a TV Brasil – também indiretamente ligada aos embates na implantação da TV digital aberta.

Muniz Sodré também reforça a necessidade de não perder de vista o contexto: “Acreditamos que qualquer tentativa de analisar a televisão como um *medium* isolado, independente de sua relação com os outros *media* e com o modo de produção econômico dominante, será sempre insuficiente” (SODRÉ, 1984, p. 10). É por isso que tratamos do contexto político e econômico e citamos o que estava ocorrendo com outros meios de comunicação. Desse modo, privilegiei colocar os acontecimentos em ordem cronológica, abarcando o máximo possível das ações e discussões de cada momento. Santos (2007) critica o que ele chama de razão metonímica, que seria utilizar a parte pelo todo, fugindo do fato de que fora daquela parte existem várias outras partes bem diferentes dela:

[...] Não é possível pensar fora das totalidades: não posso pensar o sul sem o norte; a mulher sem o homem; não posso pensar o escravo sem o amo. Mas o que devemos inquirir é se nessas realidades não há coisas que estão fora dessa totalidade: o que há na mulher que não depende da relação com o homem; o que há no sul que não depende da relação com o norte; o que há no escravo que não depende da relação com o amo. Ou seja, pensar fora da totalidade. Não é fácil, mas é o que proponho, porque essas totalidades de redução nos têm conduzido a essa contradição do presente. [...]

Proponho, para combater a razão metonímica, utilizar uma Sociologia das Ausências. O que isso quer dizer? Que muito do que existe em nossa realidade é produzido ativamente como não-existente, e por isso a armadilha maior para nós é reduzir a realidade ao que existe. Assim, de imediato compartimos essa racionalidade preguiçosa, que realmente produz como ausente muita realidade que poderia estar presente (SANTOS, 2007, p. 28).

A Sociologia das Ausências de Santos foi projetada para pensar por que as ciências sociais deixam de lado realidades, mas vamos utilizá-la também para verificar por que as

controvérsias políticas envolvendo a TV digital e a própria existência de movimentos sociais atuantes na questão estiveram tão ausentes do noticiário. Para explicar isso podemos recorrer a um pensamento de Santos (2007, p. 29), mesmo quando ele está falando da ciência ocidental: ele chama de “espistemicídio” a morte de conhecimentos alternativos, “descrédibilizando” esses conhecimentos, especialmente ao evitar que eles sejam conhecidos.

Com base em Santos, portanto, podemos dizer que isso não é um acaso, esses fatos ausentes do noticiário são produzidos ativamente como inexistentes. No nosso caso específico, parece não interessar às emissoras de TV e aos meios de comunicação ligados a elas informar as pessoas sobre o tema, para que não haja uma mobilização em torno de alguma opção que as emissoras considerem danosa aos seus lucros. Por outro lado, não existe um controle social sobre estes meios de comunicação para garantir que a população seja informada sobre assuntos de interesse público.

Pesquisadores como Regina Mota, M. Giansante, Vicente Gosciola, Ricardo Benetton Martins, Giovanni Moura de Holanda e Carlos Ferraz falam em trocar o termo telespectador por usuário. André Barbosa Filho e Cosette Castro consideram o termo restrito, “porque não contempla a capacidade criativa e de possível produção de conteúdo dos diferentes grupos sociais, assim como a ampla produção e troca de conhecimentos que pode ser gerada nesse processo” (2005, p. 279). Mesmo o termo “usuário-cidadão” usado por Regina Mota e Takashi Tome (2005) eles consideram insuficiente, e propõem a expressão “cidadãos digitais”. Da minha parte, considero importantes todas estas reflexões, mas preferi manter a denominação tradicional de telespectador, já que o veículo ainda é chamado de televisão.

Em relação à TV de forma geral, minha principal referência é Laurindo Leal Filho. Ele destaca que no modelo norte-americano e no brasileiro de televisão (no caso, tratando ainda da TV analógica) “a propaganda é a principal convidada do banquete, enquanto na Europa ela é apenas tolerada e vai ocupar o lugar mais discreto da mesa” (1997, p. 12).

Leal Filho afirma que o rádio e a televisão europeus “vinham somar-se aos empreendimentos culturais responsáveis por gerar e disseminar a riqueza linguística, espiritual, estética e ética dos povos e nações” e “se colocavam no mesmo setor da sociedade em que estavam localizadas as universidades, as bibliotecas e os museus, e a

população os reconhecia desta forma, distante da esfera dos negócios ou da política de partidos ou grupos” (1997, p. 18). Na Europa, o mesmo modelo que servia para a TV analógica serve para a TV digital, no que diz respeito a regulação de conteúdos e relacionamento com o público.

Por conta disso, o autor afirma que o telespectador brasileiro é tratado como consumidor, e não como cidadão, como ocorre em países europeus como a Grã-Bretanha. Embora a palavra cidadão tenha hoje seu uso desgastado, ela é de grande importância nos estudos de Leal Filho para tratar do público. A mesma concepção encontramos em Gorz. Para ele, “o consumidor, individual por definição, foi concebido desde a origem como o contrário do cidadão; como o antídoto da expressão coletiva de necessidades coletivas, contrário ao desejo de mudança social, à preocupação com o bem comum” (2005, p. 49).

Vera de Oliveira Nusdeo Lopes, em seu artigo “A lei da selva”, destaca o fato de que nem mesmo o modelo americano de televisão é tão desregulado quanto o nosso: “Lá, todo o setor de comunicações é regulamentado pela FCC, Federal Communications Commission, criada em 1934. Trata-se de uma agência federal ligada ao Congresso Nacional, mas com independência funcional em relação a ele” (2000, p. 169). Ela explica que, ao selecionar o concessionário, a FCC leva em conta se ele participa da comunidade à qual se destina sua emissora, para favorecer a melhor prestação de serviços local; e se a concessão a ele vai contribuir para a maior difusão dos meios de comunicação de massa e para a diversidade da programação na localidade. Aqui, destaca Lopes, embora em 1997 as escolhas de concessionários tenham passado a ser por licitação, quase todos os canais já estão concedidos, e “tais concessões apenas podem ser cassadas ou não-renovadas diante de um rol de exigências absurdamente rígidas, também não verificáveis em praticamente nenhum outro país, atribuindo garantias muito maiores aos concessionários do que à sociedade” (2000, p. 170). Palestras e publicações de movimentos sociais que pesquisam o tema para ter argumentos em sua luta por uma televisão mais democrática também foram usadas para mostrar estes problemas na regulação e fiscalização no Brasil.

A mídia, ao não ser regulada, também pode usar seu espaço para defender interesses próprios. O trecho abaixo, de Bolaño & Brittos, ajuda a entender a atuação do jornal O Globo na veiculação de reportagens de interesse dos radiodifusores:

Não são as indústrias culturais simples mediadoras complementares de um debate travado externamente, mas o palco em que a realidade social é, ao mesmo tempo, construída e representada. São elas as pauteiras da sociedade, o que obriga os diferentes agentes a adaptar-se a seus ditames para poder participar da arena política. São, ainda, o único caminho para a maior parte dos cidadãos orientar-se e informar-se sobre o mundo (BOLAÑO & BRITTOS, 2007, p. 90-91).

As reflexões sobre os interesses do mercado são baseadas em autores como Bauman, Zizek e Gorz. Bauman (2007) mostra como o consumo (ou o mercado) tomou o lugar dos valores e das regulações da vida em comunidade; Zizek (2005) destaca o consumismo passivo e apolítico que caracteriza o capitalismo contemporâneo; e Gorz (2005) também denuncia aquilo que classifica como mercadorização do mundo. Serve também como base e pano de fundo deste trabalho a reflexão de Gilberto Dupas (2001) sobre ética num mundo em que o capital e a técnica dominam. Ele trata da ciência e da técnica de uma forma geral – as quais teriam se tornado uma espécie de religião, incontestáveis – e também do papel específico que vêm desempenhando as novas tecnologias da informação.

A interatividade, por poder ser instrumento da inclusão digital, tem bastante importância nesta tese. Pude me apoiar em vários autores nesta questão. Bolaño e Brittos (2007) tratam do tema e expressam preocupação com a possibilidade de cobrança de conteúdos interativos por parte das emissoras. Mota e Tome (2005), entre outras reflexões sobre o tema, destacam que a plataforma tecnológica não necessariamente define como ela será usada e que a decisão sobre o uso é política. Eles também relatam que a interatividade foi abandonada nos EUA pelo seu alto custo e baixo retorno. Segundo os autores, no início das transmissões naquele país, em 1998, se falava muito em TV interativa, mas aos poucos o interesse foi acabando.

José Marques de Melo (2005, p. 8), no prefácio ao livro *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*, conta que o pedagogo Paulo Freire “argumentava enfaticamente que a barreira ao diálogo nos processos de comunicação massiva era consequência imediata da sua natureza tecnológica, mas continha evidente motivação política”. E que ele defendia que só a comunicação pautada pela dialogicidade pode desencadear o processo de conscientização do educando, convertendo-o em sujeito da sua própria história, ou seja, outorgando-lhe a cidadania. Segundo Melo, Paulo Freire era cético quanto ao papel educativo dos meios de comunicação de massa, justamente pela

impossibilidade de diálogo entre educadores e educandos, e preconizava a emergência de um receptor também produtor de uma certa mensagem. “Mas, para isso, tornava-se indispensável ‘mudar o ser mesmo do meio’, ou seja, criar os caminhos do retorno, ‘dar voz a quem antes era um povo paciente’”. Melo acredita que a inclusão social pode ser acelerada pela inclusão digital, mas “a plenitude do processo só se dará pela inclusão cognitiva, exequível apenas quando concretizarmos a utopia acalentada pelo jovem Paulo Freire, convertendo a educação em prática para a liberdade”.

Sodré diz que, no século XIX, o avanço da impressão faz dissociarem-se como nunca no passado os termos polares (falante/ouvinte, emissor/receptor) da relação de comunicação. “De um lado, alinham-se os que escrevem e imprimem; de outro, os que consomem e tendem a se constituir numa camada cada vez mais ampla, dispersa e heterogênea”. Segundo o autor, a imprensa vem assegurar a transmissão de informações sobre a vida cotidiana, mas também amplia, em novas formas, a centralização do poder e o disciplinamento do cidadão. O leitor de jornal, o público de massa, são categorias (abstrações) produzidas “a partir desse poder organizador de linguagem constituído pelo *medium*, isto é, pela mediação técnica entre falante e ouvinte, informante e informado. É dessa maneira que a imprensa marca o início da moderna disciplina do diálogo pelo Poder” (1984, p. 13 e 15). Este pode ser um dos motivos por que fica difícil para a empresa de comunicação pensar em interatividade plena. Ela está acostumada a só falar. Para Sodré, a televisão é a hegemonia tecnológica do falante sobre o ouvinte (1984, p. 26).

Não que Sodré acredite na massificação por conta disso. De forma bem bakhtiniana, ele diz que “estamos perfeitamente conscientes de que é possível a polissemia (ou a ambiguidade de leitura e de recepção) na indústria da comunicação. [...] Concordamos em que a univocidade de sentido pretendida pelo *medium* pode não repetir-se, *em nível de conteúdo*, na instância decodificadora” (1984, p. 38). A questão aqui é a intenção dos donos da fala. Mais adiante ele diz: “A tevê escamoteia, através do envolvimento familiar, a sua condição de veículo eletrônico vinculado a um sistema produtor de mensagens cujo verdadeiro estatuto é o da expropriação da palavra do público” (1984, p. 59).

E para Caiafa, é um equívoco pensar que a interatividade que existe hoje na televisão (começando, de forma precária, com o programa *Você decide*) e em jogos de computador, a partir de indicações já estipuladas, provoque a criação. Esta reflexão permite

pensar sobre o que pode ser a interatividade na TV digital, em especial no trecho em que ela trata dos livros interativos para crianças, nos quais elas são chamadas a completar a história:

Estamos sendo passivos quando não “completamos” uma história, quando não retrucamos, por exemplo, a Dostoievski?

As grandes obras são necessariamente incompletas, mas não porque falte um final que seria preciso lhes fornecer. É por não se esgotarem no momento de sua aparição, por não se darem nunca de uma vez por todas, que elas perduram e continuam provocando ressonâncias.

[...]

Criar com a obra é experimentar com ela esse processo de ressonâncias. Não é o truque técnico de completá-la.

[...]

Fazer criar é impulsionar no processo de duração e ressonâncias. Seria preciso conseguir ensinar isso com a interação (2000, p. 26-28).

Em outra questão Caiafa (2000) também me serve de referência, ao refletir sobre a arte, a técnica e o capitalismo nesta virada de milênio, opondo a arte ao que pode ser consumido como mercadoria que dê satisfação apenas imediata. Podemos levar sua reflexão para o campo das escolhas em relação à TV digital: o novo meio parece ter sido tratado apenas como mercadoria, como forma de dar lucro aos fabricantes de equipamentos e às empresas de comunicação.

Mas Caiafa acredita que a TV possa sair deste aprisionamento empobrecedor, e os caminhos que aponta também podem servir de base para pensar sobre os rumos que a TV digital pode tomar, caso haja interesse em que ela sirva para democratizar a comunicação e levar ao público programas e serviços de qualidade. Seu trabalho serve ainda para ficarmos alertas à possibilidade de a TV digital ser mais um meio a serviço da exclusão e da desigualdade típicas do capitalismo.

Pensando a partir de Bakhtin, o diálogo acontece de qualquer forma, há uma resposta por parte do telespectador, no sentido de que cada um reage à informação que recebe de forma diferente do outro, não é passivo, mas isso não significa uma comunicação **entre** a emissora/programa de TV e o telespectador. O telespectador dialoga com a obra (no caso, o programa de TV), mas não no sentido de sua interpretação chegar ao emissor e alterar qualquer coisa no programa ou na programação. É por isso que a digitalização muda, ou, melhor dizendo, pode mudar. A comunicação, que, pela própria palavra, deveria

designar o diálogo, precisa de reforço, porque, no caso da televisão, a comunicação não designava esta via de mão dupla, e muito menos a noção de uma comunicação de todos para todos.

Freire Filho alerta para o uso superficial da interatividade que já se faz na televisão brasileira (usando meios como a internet), como no caso do Big Brother Brasil, em que se decide, segundo ele, entre duas tarefas semanais ridículas e/ou desconfortáveis para os participantes, etc. “A despeito da aura democrática radical do BBB, o processo de seleção dos competidores não conta com qualquer interferência popular direta. Trata-se de uma etapa essencial do desenvolvimento deste tipo de programa”, diz o autor (2007, p. 74-75). O simples fato de se conseguir interatividade plena na TV digital, o que ainda não está garantido, também nada garante em relação ao benefício que aquela interatividade vai trazer para os espectadores.

Cruz (2008, p. 156-157) mostra que, se a interatividade for usada a partir de um ponto de vista cidadão, pode servir de ponto de partida para se atacar outros problemas de base, em áreas como saúde, educação e emprego. Segundo ele, entre outras vantagens, quem tem acesso aos meios tecnológicos pode se informar melhor, pode administrar melhor o seu tempo (usufruindo de serviços que governos e bancos oferecem na rede, por exemplo), pode se comunicar de forma mais barata e eficiente e pode se posicionar melhor no mercado de trabalho. Para o autor, ao incorporar a tecnologia em seu dia-a-dia, o incluído digital passa a exercer sua cidadania de forma mais efetiva, conhecendo melhor seus direitos e conquistando um meio poderoso de se comunicar, transformando as tecnologias da comunicação e da informação em ferramenta de mobilização social.

A questão do interesse público é outro ponto importante no trabalho. Guillermo Mastrini, professor de Universidad de Quilmes, de Buenos Aires, em palestra com conteúdo ainda a ser publicado⁴, afirmou que o interesse público geralmente é definido por três forças: o Estado, as empresas e a sociedade civil. Porém, na América Latina, historicamente, a sociedade civil não entrou nesta definição. Segundo o pesquisador, o interesse público foi definido pelas empresas, que fizeram a regulação a seu favor, com a anuência do Estado.

⁴ Palestra “Políticas de comunicação e governos progressistas da América Latina, proferida no I Seminário Internacional Convergência das Mídias: Regulação para a Cidadania, da Escola de Comunicação da UFRJ e Instituto Nupef, em 4 de novembro de 2010.

Neste trabalho defendemos que interesse público é algo em benefício de toda a sociedade (no caso, a brasileira), em oposição ao interesse comercial, que coloca o lucro em primeiro lugar, mesmo que isso signifique evitar que benefícios cheguem à população. Ao mostrarmos o que ocorreu no início do rádio e no início da TV digital, apontamos que houve um embate entre interesse público e interesse comercial. No caso da década de 20, Roquette-Pinto defendia o interesse público a partir de um ponto de vista específico, de levar educação e cultura para o povo, enquanto hoje se fala em inclusão digital. No entanto, se reduzirmos as questões das duas épocas à sua origem, veremos que Roquette-Pinto queria, com seus objetivos, evitar que o povo fosse explorado pelos poderosos; queria, através de seu idealismo, a inclusão daquele povo excluído. A mesma inclusão que os movimentos sociais queriam na implantação da TV digital, cada qual dentro do contexto da sua época.

Nesta volta ao passado para ajudar a entender as lutas do presente me apoio em Benjamin. O texto de Walter Benjamin *Sobre o conceito da história* (1987), escrito em 1940, ano de sua morte, só foi publicado postumamente. O autor diz que é possível se apropriar da história pela idéia de acontecimento, e não de contínuo. Resgatar um acontecimento da história é redimi-lo. Esta visão é compatível com a do juízo final, capaz de resgatar em um acontecimento toda a história. Para ele, o acontecimento chama pela pessoa, que então o vê e o resgata em função do presente.

Em relação à metodologia, Umberto Eco, em *Como se faz uma tese*, compara a pesquisa sobre um autor antigo e um autor contemporâneo numa tese de literatura:

Digamos desde já que *o autor contemporâneo é sempre mais difícil*. [...] Apercebemo-nos de que sobre o autor antigo existem pelo menos esquemas interpretativos seguros aos quais podemos nos referir, enquanto para o autor moderno as opiniões ainda são vagas e contraditórias, a nossa capacidade crítica é falseada pela falta de perspectiva e tudo se torna extremamente difícil (2004, p. 13, grifo do autor).

Embora não se trate de autor ou literatura, meu objeto de pesquisa apresenta desafio semelhante ao descrito por Eco, pois é um fenômeno em processo, com bibliografia escassa, a necessidade (que, ao mesmo tempo, é um privilégio) de ir às fontes primárias e sem uma perspectiva mais ampla que o distanciamento no tempo poderia proporcionar.

Ainda no que diz respeito à metodologia adotada, recorri a Caiafa, especialmente o capítulo “A pesquisa etnográfica” do livro *Aventura das cidades*.

Além do trabalho de campo, a etnografia envolve também a confecção de um relato muito especial, onde é preciso transmitir o que se observou na pesquisa. Nesse relato o etnógrafo deverá dar conta não só do que viu e viveu, falando em seu próprio nome, mas também do que ouviu no campo, do que lhe contaram, dos relatos dos outros sobre a sua própria experiência. As formas de aparecimento das palavras do outro no texto etnográfico vão definir muito de seu estilo e qualidade e se tornaram objeto importante nas discussões sobre a pesquisa. Vemos surgir aí o problema do lugar do leitor, que pode ser de outra cultura ou de outro grupo social diferente daquele dos informantes, e a quem o etnógrafo de alguma forma deve se dirigir no texto, tendo em vista que deseja transmitir sua experiência de pesquisa (CAIAFA, 2007, p. 138).

Caiafa faz um alerta importante que me fez ficar atenta para evitar encarar o contexto da TV digital como uma luta entre mocinhos e bandidos, fazendo retificações post facto: “Um dos recursos de retificação consiste em pretender que se lida com um todo coerente, fechado e de fácil circunscrição” (CAIAFA, 2007, p. 139). Outro cuidado é o de evitar criar “outros estereotipados” (p. 148). E há mais perigos a ser evitados:

A qualidade específica da presença do etnógrafo no campo e sua voz no texto colocam novos problemas. Como não fazer dessa especificidade um instrumento de construção de autoridade? Não há resposta definitiva para isso e sempre se conseguirá apenas um sucesso parcial, e pouco a pouco. [...] Tomamos parte em tudo o que fazemos – como poderia ser diferente, a não ser em nome de um projeto de poder? A questão, para o trabalho de campo em especial, é de que forma entramos, de que forma nos ligamos aos outros. [...] Só se compreende a diversidade das soluções de homens e mulheres que se organizam em sociedade, só se compreende a diferença cultural, saindo de si (CAIAFA, 2007, p. 150, 154-157).

A autora recomenda uma aproximação sóbria, “companheira da inquietação intelectual”. Todas estas questões foram levadas em conta no acompanhamento de palestras e debates e, especialmente, nas entrevistas feitas para a tese. Ainda de acordo com Caiafa, “nesse aspecto a etnografia confina com o documentário – na vizinhança com o filme etnográfico – e com o texto jornalístico que, em outros contextos, estão também às voltas com depoimentos e conversas numa situação complexa”. Considero que meu trabalho tem inspiração etnográfica por este convívio com as fontes primárias no momento mesmo em que se desenrolava o processo que criava as feições da nova televisão.

O período de coleta de dados para esta tese foi do início de 2003 (antes, portanto, do início da pesquisa, em 2006) a meados de 2010. A intenção inicial era encerrar a coleta de

dados quando estivesse encerrado o processo de criação do marco regulatório ou, caso não houvesse terminado ainda, no final de 2009, para dar tempo de analisar os dados. No entanto, o marco regulatório jamais foi criado. Apesar do prazo estabelecido inicialmente, o acompanhamento do tema continuou sendo feito ao longo de 2010, e alguns dados considerados importantes para a pesquisa foram inseridos no texto e nas análises.

Utilizei fontes primárias e secundárias. As fontes primárias, necessárias pelo fato de o processo estar ainda se desenrolando, foram entrevistas com pessoas envolvidas com a questão da TV digital e palestras e debates sobre o tema. As secundárias foram reportagens em jornais e na internet e boletins on line. No caso específico do acompanhamento das reportagens do jornal O Globo, trata-se de uma fonte secundária, que traz as notícias, mas também de fonte primária, pelo fato de ser uma empresa com interesses específicos no tema, e suas reportagens poderiam refletir estes interesses. O acompanhamento do jornal foi diário, a partir de janeiro de 2003, até o encerramento da escritura da tese, em novembro de 2010 – embora as reportagens dos últimos meses não tenham sido utilizadas, uma vez que não haveria tempo para analisá-las apropriadamente. Foi feito também o acompanhamento via internet de boletins on line de movimentos pela democratização das comunicações, como o Observatório do Direito à Comunicação, o 7 Pontos e o Boletim Prometheus. Outras reportagens de jornais, revistas e da internet foram utilizadas, mas sem que tivesse havido um acompanhamento sistemático da cobertura feita pelos órgãos de imprensa escrita ou eletrônica que as veicularam.

As entrevistas foram feitas nos anos de 2008 e 2009, tanto pessoalmente quanto por e-mail e telefone. A amostra de entrevistados foi escolhida tendo em vista serem eles personagens de destaque na luta pela construção de um modelo de TV digital. Foram feitas 15 entrevistas, com empresários, funcionários de empresas (como produtoras de vídeo), funcionários do governo, integrantes do movimento popular e acadêmicos, conta que não inclui conversas rápidas após palestras.

As palestras e debates aos quais compareci ocorreram de março de 2006 a agosto de 2009. Por uma questão de limitação financeira, as palestras e debates assistidos foram todos no Rio de Janeiro, mas isso não chegou a representar um problema, uma vez que a maior parte das organizações populares de defesa da TV digital democrática estava sediada ou tinha representantes no Rio; a maior emissora de TV tem sede na cidade e as demais têm

filiais e sempre enviavam representantes de São Paulo para as palestras; a TV Brasil nunca participou dos debates, mas tem sede no Rio; e o Ginga, programa de computador que faz a interatividade, nasceu na cidade.

Entrevistas em vídeo feitas por terceiros e gravação de palestras às quais não assisti também foram utilizadas neste trabalho, englobando o período de 2006 a 2009.

O trabalho se estrutura em três capítulos. O capítulo 1 aborda desde a criação da tecnologia de TV digital até o fim do ano de 2005, no qual o ex-funcionário da TV Globo Hélio Costa tornou-se ministro das Comunicações. Neste capítulo, podemos acompanhar e analisar as movimentações do governo federal, chegando ao primeiro decreto sobre TV digital, sua mudança de rumo, as estratégias das emissoras e dos lobistas internacionais, assim como as expectativas dos movimentos sociais e de acadêmicos engajados no processo. O capítulo busca também mapear as razões do poder político das Organizações Globo.

No capítulo 2, a análise dos acontecimentos prossegue em ordem cronológica, passando pelo segundo decreto do governo Lula para a TV digital, a reação dos movimentos sociais, as contradições entre discurso e ações das emissoras, a apatia das produtoras de vídeo, a movimentação das companhias telefônicas, da TV por assinatura e como a internet vinha ganhando terreno. A criação de uma legislação unificada para a TV por assinatura também é abordada.

O capítulo 3 faz uma volta ao passado para mostrar que as disputas entre interesse público e interesse comercial remontam aos primórdios da radiodifusão, quando Roquette-Pinto e outros defensores do rádio público tentavam evitar que o veículo fosse financiado pela publicidade e, por consequência, beneficiasse o mercado e não um projeto de inclusão cultural e educacional do povo. O mesmo espírito de defesa dos interesses do cidadão presidiu as primeiras tentativas de criação de emissoras públicas de TV, e o capítulo chega ao momento em que a criação da TV Brasil, chamada à época de TV pública por seus criadores, foi uma forma de integrantes do governo Lula, descontentes com os rumos da TV digital, tomarem uma iniciativa em prol da democratização das comunicações – a qual, veremos, ainda não deu muitos frutos.

CAPÍTULO 1

O INÍCIO DA TV DIGITAL

Uma das grandes expectativas dos defensores da democratização das comunicações para a TV digital era a inclusão digital do povo brasileiro via televisão, que estava nas casas de praticamente todos. Marcar consulta no SUS ou fazer testes de saúde via televisão, por exemplo, para quem não tinha internet, seria um grande avanço. Com o atraso da interatividade na TV, e a internet, mídia interativa por excelência, começando a se espalhar (embora ainda esteja muito distante da universalização da TV), muitos interessados no tema começaram a se fazer a seguinte pergunta: não vai acabar sendo irrelevante a interatividade na TV digital? Para analisar a questão da TV digital dentro do contexto dos meios que concorrem com ela por audiência e por relevância na vida dos cidadãos optamos por fazer um histórico da situação, que, embora não abarque a totalidade dos acontecimentos, pode permitir uma visão relativamente abrangente do fenômeno que vem se desenrolando.

1.1 O desenvolvimento da nova tecnologia

A história da televisão digital começou, podemos dizer, nos esforços para melhorar a TV analógica. Conforme Dantas (2009), desde a década de 50 o Japão vinha construindo um complexo eletroeletrônico para conquistar uma posição de liderança em novas tecnologias. Com a crise econômica mundial a partir da década de 70, os baratos produtos japoneses invadiram os EUA e a Europa, acabando com muitas indústrias locais, especialmente americanas, que exportavam para o mundo todo. Enquanto isso, em 1970 a TV pública japonesa, NHK, começava a pesquisar uma TV de alta definição, com tela larga retangular (16:9), 1.125 linhas em ciclos de 60 Hz. O total de investimentos do governo e indústrias do Japão nesta tecnologia, que ainda era analógica, foi de US\$ 700 milhões.

Denominado Hi-Vision/Muse, o sistema japonês exigia 8,1 MHz de banda de frequência. No Japão e nos Estados Unidos, a banda de um canal de TV é 6 MHz. Na Europa, 8 MHz. Para a estatal, tal não deveria ser um grande problema. Fazia parte dos planos de sua tecnoburocracia migrar sua transmissão para um satélite a ser lançado ainda antes do final daquela década. [...] Os fabricantes de equipamentos e receptores também olhavam com muito bons olhos essa migração. Para receber o sinal do satélite em alta definição, os telespectadores teriam que adquirir todo um novo conjunto de equipamentos de recepção:

antenas parabólicas, sintonizadores de satélite, o próprio aparelho receptor de TV. [...] O que a estatal NHK e seus sócios da indústria privada vinham preparando era, na verdade, uma total renovação do parque instalado japonês de equipamentos [...], num momento em que as vendas pouco cresciam, seja porque o mercado estava razoavelmente bem atendido, seja porque, conforme exposto, desde meados dos anos 1970, o Japão e o mundo capitalista avançado atravessavam um longo ciclo recessivo (DANTAS, 2009, p. 279-280).

Porém, até como uma reação tardia à invasão de produtos japoneses e o temor de que aquele país dominasse mais uma tecnologia que teriam que importar, tanto EUA quanto países europeus começaram a desenvolver uma nova tecnologia para melhorar sua TV. Os EUA chegaram a pensar em adotar a tecnologia japonesa, mas um forte lobby da indústria eletrônica nacional fez com que as pesquisas para um modelo americano comessem em 1988. “Em junho de 1990, a General Instruments demonstrou que seria possível adotar técnicas de compressão do sinal de modo a permitir que a TVAD coubesse na banda de 6 MHz, *se todo o sistema fosse digital*” (DANTAS, 2009, p. 283). Em 1993 a Federal Communications Commission (FCC, órgão regulador dos meios de comunicação) decide a favor de um sistema digital de transmissão e recepção e os grupos de pesquisa se agrupam no Advanced Television System Committee (ATSC) para consolidar o modelo. Com isso, os japoneses e os europeus (que a esta altura já tinham começado a pesquisar) abandonaram seus resultados para uma nova TV analógica e também partiram para a digital. Em 1997 a FCC decreta que as transmissões digitais começariam em novembro de 1998 nos EUA para a TV aberta – a paga já tinha encontrado suas soluções de transmissão digital. Inclusive, na questão da interatividade, foi bem mais fácil para a TV a cabo, uma vez que “as redes de cabo mais modernas são bidirecionais, podendo transportar informações da casa do assinante ao *headend* (central processadora de sinal)” (BOLAÑO & BRITTOS, 2007).

A Europa vinha de um modelo de radiodifusão e de telecomunicações estatal ou público que, com o predomínio de governos neoliberais, foi sendo aberto também à iniciativa privada. A partir dos anos 80, a TV por assinatura também se disseminou na Europa. Diferentemente dos EUA, os países europeus desde o início rejeitaram a ideia de adotar o Hi-Vision/Muse japonês e, a partir de 1986, começaram as pesquisas para um novo modelo analógico de TV, sob liderança das indústrias eletroeletrônicas Philips, Thomsom e Bosch. Com a guinada americana para um modelo digital, percebendo que seu modelo já nasceria obsoleto, em 1993 os europeus criaram o grupo Digital Vídeo Broadcasting (DVB), formado por 120 organizações para criar um padrão digital.

No modelo europeu, por pressão especialmente da britânica BBC, decidiu-se por dividir o espectro de frequências para oferecer mais canais ao público. Com isso a TV aberta teria mais condições de concorrer com a TV por assinatura. Outra novidade da Europa foi a criação da figura do operador de rede. As emissoras deixariam de transportar o sinal: quem faria isso seriam os operadores de rede, que não seriam produtores de conteúdo nem programadores. Empresas de telefonia eram as candidatas naturais. Além disso, foram unificados os padrões técnicos das TVs digitais aberta e por assinatura. Cruz (2008, p. 20) afirma que este tipo de estruturação é visto pelas emissoras de TV brasileiras como uma ameaça ao seu modelo de negócios, pois elas, além de produzir conteúdo, os empacotam e distribuem. Mota detalha a questão:

No atual modelo de radiodifusão no Brasil, os operadores de rede são também os programadores, como a Rede Globo, Band, etc., que produzem, operam e transmitem através de suas emissoras e retransmissoras. No modelo digital, a transmissão pode ser explorada independentemente da produção, o que colaboraria para a digitalização das emissoras menores, que poderiam transmitir em uma rede de transporte, sem serem proprietárias. Os operadores explorariam apenas o uso dos canais a eles concedidos. Cingapura, Suécia, França, Alemanha e Portugal foram os países que optaram por licenças separadas para prover programação e operação de rede de transporte, dentre os países analisados no Panorama Mundial da Implantação da Tecnologia Digital na Transmissão Terrestre de Televisão (MOTA, 2005, p.203).

Mota alerta para a concentração dos meios de comunicação no Brasil e o pouco acesso a eles, e afirma que a possibilidade de existir o operador de rede e multiplicidade de canais mostra que a tecnologia digital tem a descentralização como um princípio para o modelo. O integrante das ONGs Interozes e Indecs, Gustavo Gindre, que era também membro eleito do Comitê Gestor de Internet no Brasil, explicou as especificidades do padrão europeu ao lamentar, após a escolha do modelo brasileiro, que o Brasil não tenha seguido pela mesma linha, aproveitando as possibilidades democráticas que a nova tecnologia permite.

Isso que a gente chama de canal, [...] imagina uma régua e você vai dividindo em seis unidades. A cada seis unidades você coloca um canal de televisão. Canal 2 vai de 54 a 60 megahertz [...] É sempre de seis em seis, vai até o 69 que é o último canal do UHF. Em 62, quando fizemos a lei (de radiodifusão), o sujeito ganhava o direito de transmitir uma programação. Para transmitir uma programação ele precisava de um canal. Para transmitir um canal ele precisava de seis megahertz. Essas coisas eram sinônimas. No mundo digital elas não são mais sinônimas. O cara quando ganhou, ele ganhou uma programação ou ele ganhou 6 megahertz? Se você disser que ele ganhou uma programação, esse espaço que era ocupado por uma programação, que hoje permite até oito programações ou quatro com uma qualidade muito boa, uma qualidade de dvd, com som *surround*, você coloca quatro

programações simultâneas dentro do mesmo espaço ocupado por um canal de televisão hoje. Se esse sujeito ganhou um canal de televisão ele passou a ficar com um latifúndio enorme para ele poder transmitir até quatro programações simultâneas. Se ele ganhou uma programação ele tem que fazer o que a Europa obrigou a fazer: “você ganhou uma programação; antes uma programação ocupava 6 megahertz, hoje ocupa isso aqui, por favor devolva esse excedente, porque eu vou usar esse excedente para colocar mais emissoras no ar”.

Na Europa não tem a antena da Globo, a antena da Bandeirantes, a antena do SBT, como a gente não tem na TV paga o cabo da HBO, o cabo do Telecine, o cabo disso, o cabo daquilo... Todas as empresas entregam o seu sinal para uma única que distribui. Essa única que distribui, que na nossa proposta seria um ente público, ele vai gerenciar o espectro. As TVs na Europa e nos EUA usam MPEG2, que comprime isso aqui do vídeo, nós já vamos nos beneficiar porque estamos surgindo depois, vamos usar MPEG4. Se amanhã ou depois comprimir mais ainda esse espectro, o operador de rede pode colocar mais canais aí dentro. Ou seja, o espectro deixa de ser propriedade da emissora, [...] ela tem uma outorga para uma única programação. Isso nós perdemos. [...] Nós estamos entregando um bem que é público e finito, limitado, na mão de meia dúzia de emissoras para tratar isso como quiserem quando você poderia ter uma explosão de canais [...] Essa é outra potencialidade que a gente está perdendo⁵.

1.2 Os primeiros testes com TV digital no Brasil

O início das discussões sobre uma nova televisão no Brasil foi no governo Collor, em 1991, quando o Ministério das Comunicações criou a Comissão Assessora de Assuntos de Televisão (Bolaño & Brittos, 2007, p. 135), sem maiores consequências. Uma reportagem de 30 de julho de 2007 no caderno Info Etc do jornal O Globo descreve assim o início da TV digital:

As discussões sobre o assunto vêm desde 1994, quando as emissoras de TV criaram o grupo SET/Abert, que passaria a pesquisar os diferentes sistemas de transmissão de TV digital. Em 1998 foram iniciados os trabalhos do primeiro consórcio técnico envolvendo representantes de universidades, do governo e de várias empresas. Naquele ano aconteceram, em várias cidades, os primeiros testes de laboratório e de campo. A primeira grande polêmica envolvendo o tema dizia respeito ao padrão que seria adotado por aqui. Ficamos entre o europeu (DVB), o americano (ATSC) e o japonês (ISDB). Este último acabou sendo o escolhido. Nesse meio tempo, muito se especulou também sobre a possibilidade de o Brasil adotar um padrão próprio, cujo desenvolvimento começaria praticamente do zero, mas teria como interesse principal incentivar a indústria nacional de hardware e software. A idéia, no entanto, não se mostrou comercialmente viável.

⁵ Gustavo Gindre, palestra no Erecom 2006, Encontro Regional dos Estudantes de Comunicação Sudeste, em 26 de setembro de 2006.

Cabral Filho & Cabral (2005, p. 161) comentam que antes da criação do grupo Abert/SET (Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e TV/Sociedade de Engenharia de Televisão e Telecomunicações) algumas entidades já vinham fazendo testes isolados, “como o Centro de Pesquisas e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD), que, desde meados da década de 1980 vinha pesquisando técnicas de codificação digital de áudio e vídeo”. O CPqD era o centro de pesquisas do sistema estatal de telefonia Telebrás e, depois da privatização do sistema, em 1998, passou a ser uma fundação de direito privado.

Vale recordar que em 1994 foi criado um grupo técnico no âmbito da SET/Abert, visando estudar os sistemas de TV digital. Com a autorização da Anatel, em 1998, a Abert e a SET, com a parceria do centro de Pesquisas e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD) e da Universidade Mackenzie (SP), realizaram testes de avaliação com os sistemas americano e europeu. E, a partir de 1999, com o sistema japonês.

O resultado dos testes feitos pelo grupo Abert/SET foi divulgado em 2000. De acordo com Gustavo Spolidoro, da executiva da Enecos, foi uma grande surpresa internacional recomendar o sistema japonês ISDB, referendar o europeu DVB e apontar o norte-americano ATSC como o menos adequado. E, é claro, como verificou Spolidoro, os norte-americanos não gostaram do posicionamento brasileiro e passaram a pressionar o país. Isso fez com que a Anatel desacelerasse o processo de decisão. Porém, no relatório que o grupo enviou ao governo, em fevereiro de 2003, o importante era a adoção de “um modelo que privilegie a diversidade e a facilidade de recepção pelo ar e a flexibilidade, para que cada emissora possa contar com as ferramentas necessárias para viabilizar seu empreendimento” (CABRAL FILHO & CABRAL, 2005, p. 162 e 163).

De acordo com Martins & Holanda, 17 emissoras de TV participaram dos testes a partir de 1999 com a assessoria técnica da Fundação CPqD, e “nessa ocasião, a Fundação CPqD também fez uma pesquisa de mercado junto ao público consumidor, às emissoras e aos fabricantes para sondar as expectativas desses segmentos quanto à nova tecnologia” (2005, p. 170-171). Os autores informam que a Anatel ampliou o debate com a Consulta Pública nº 291, de 12 de abril de 2001, e a realização de audiências públicas, que mostraram visões conflitantes sobre o tema. Em dezembro de 2001, a Anatel firmou outro contrato com a Fundação CPqD, que, no primeiro semestre de 2002, fez análises de risco e oportunidades e construção de cenários em relação à TV digital no Brasil, incluindo questões não consideradas nos trabalhos anteriores, ou seja, além dos aspectos tecnológicos, questões econômicas, sociais, culturais e de regulação.

O movimento popular também estava atento às possíveis mudanças na comunicação no Brasil, procurando fazer com que servissem à democracia, e, aos poucos, começou a

acompanhar a questão da TV digital, sendo o Intervozes um dos principais movimentos a se ocupar do tema. Gustavo Gindre, mestre em Comunicação e Cultura e membro das ONG Intervozes e Indecs, contou que a

Intervozes é um coletivo que surge no início dos anos 2000 juntando militantes na área da comunicação de Norte a Sul do Brasil, hoje de quase todos os estados brasileiros, que atuam basicamente pelo direito humano à comunicação. A idéia é de que a comunicação é um direito humano inalienável e que na verdade cabe ao Estado promover esse direito, e que hoje no Brasil nós não temos esse direito humano respeitado. Então em torno da luta por uma comunicação mais democrática é que se articula o Intervozes e já estamos com mais de cinco anos de existência⁶.

Cabral Filho & Cabral relatam que a ONG Intervozes surge de

um coletivo de ex-ativistas do movimento de estudantes de comunicação social de várias partes do país, ex-integrantes da Enecos, em sua maioria. Atua mediante o desenvolvimento de diversos projetos e ações políticas, relacionados com várias temáticas no campo da democratização da comunicação, como o de um livro sobre experiências locais de comunicação comunitária e a representação brasileira do Projeto de Governança Global, desenvolvido mundialmente pela campanha CRIS, sigla em inglês que significa Sociedade da Informação pelo Direito de Comunicar (2005, p. 151).

A perspectiva de mudança da TV brasileira de analógica para digital vem num momento em que a legislação para o setor de comunicação é, no mínimo, confusa. Existia a Lei Geral das Telecomunicações (LGT), promulgada em 17 de julho de 1997; a Lei de Radiodifusão; a Lei da TV a Cabo, promulgada em janeiro de 1995; a Emenda Constitucional 36, de 28 de maio de 2002, alterando o artigo 222 da Constituição Federal permitindo a participação de capital estrangeiro nas empresas de comunicação, entre outras (Bolaño & Brittos, 2007, p. 131-133).

Até o primeiro governo Lula, lobistas dos Estados Unidos, Europa e Japão se digladiavam para ver quem conquistaria o mercado brasileiro, ou seja, qual dos três padrões existentes o Brasil iria adotar: o americano ATSC, o europeu DVB e o japonês ISDB. Era um negócio estimado em US\$ 6 trilhões para um período de dez anos no mundo – US\$ 100

⁶ GINDRE, entrevista em vídeo dada a Jocelino Pessoa, aluno do professor Ernani Ferraz na disciplina Comunicação Audiovisual da PUC-Rio, em 2 de junho de 2009.

bilhões no Brasil, por conta da troca de antenas das 500 geradoras e 8000 receptoras do país, dos equipamentos dos estúdios (entre 40% e 80% mais caros que os analógicos na época), conversores para os aparelhos de tv analógicos e outros detalhes ligados à imagem em alta definição, como cenários, figurino e maquiagem mais perfeitos, de acordo com reportagem da revista Exame de agosto de 2002.

Com a forte pressão dos norte-americanos, que ameaçavam sobretaxar as exportações de aço e laranja brasileiras, e o fato de as emissoras de TV não estarem em condições financeiras de arcar com os custos da digitalização naquele momento, o governo Fernando Henrique acabou deixando a decisão para o sucessor.

Em junho de 2002 foi instalado o Conselho de Comunicação Social (CCS) do Congresso Nacional, órgão consultivo previsto na Constituição de 1988 e na lei 8.389 de 30 de dezembro de 1991. Cabral Filho & Cabral (2005, p. 156) lembram que “sua aprovação se deu em virtude de um acordo entre os parlamentares governistas e os da oposição, possibilitando a alteração na emenda constitucional que permitiu a participação do capital estrangeiro na mídia em até 30% das ações”. De acordo com Bolaño & Brittos, “a atuação do CCS tem ficado aquém do esperado, em termos de influência sobre os processos midiáticos, enquanto, na sua composição, têm predominado nomes ligados ao empresariado de comunicações” (2007, p. 129). O conselho tem a função de analisar a renovação de concessões de rádio e TV e estabelecer orientações gerais sobre a comunicação no Brasil. Em junho de 2009 a deputada Luiza Erundina (PSB-SP) convocou uma reunião para debater o fato de que desde 2007 haviam vencido os mandatos dos membros do conselho que, portanto, não funcionava⁷. O órgão, até o início de 2010, continuava parado.

Enquanto isso, o movimento popular começava a atuar. Em 31 de agosto de 2002, por exemplo, o Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio Grande do Sul realizou o seminário “TV digital e democratização da comunicação: o que o movimento social tem a ver com isso?”, e distribuiu uma cartilha sobre o assunto (CABRAL FILHO & CABRAL, 2005, p. 164). A luta do movimento popular pela TV digital é principalmente pela inclusão digital. Bolaño e Brittos também tratam desta questão, entre outras:

⁷ “Câmara analisa situação do Conselho de Comunicação Social do Congresso”. In: Portal da Imprensa, 1/6/2009. http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2009/06/01/imprensa28532.shtml. Consultado em 10/9/2020.

Em regiões pobres, como a América Latina, a tecnologia digital para televisão pode compreender também a possibilidade de inclusão digital, ou seja, o caminho de acesso mais amplo aos recursos do computador e da internet. Além disso, as maiores potências latino-americanas – Brasil, México e Argentina – preocupam-se com que as escolhas não representem aumento das importações, de forma que a indústria nacional de eletroeletrônicos seja protegida e fabricantes de componentes, atraídos. Outro ponto importante é a garantia de participação nos fóruns internacionais em que é discutida a evolução dos padrões tecnológicos (2007, p. 122).

1.3 Governo Lula traz perspectiva inclusiva e nacionalizante

Com a posse de Luís Inácio Lula da Silva na presidência da República, em janeiro de 2003, o cenário da TV digital no país mudou. O então ministro das Comunicações, Miro Teixeira, afirmou que o padrão adotado seria uma decisão do governo, e propôs o desenvolvimento de uma tecnologia brasileira que seria comparada aos outros padrões, de acordo com reportagens do Globo de 4 e 6 de janeiro. Outra reportagem, de 7 de janeiro, informa que Lula determinou que Miro solicitasse pareceres de especialistas sobre a viabilidade de o Brasil desenvolver um padrão técnico próprio para transmissão de TV digital, além de continuar estudando os padrões dos EUA, Japão e Europa. E O Globo de 10 de janeiro dava conta de que o Brasil poderia desenvolver um padrão junto com China e Índia, e que o ministro das Relações Exteriores, Celso Amorim, já tinha encomendado estudos às embaixadas brasileiras em Nova Délhi e Pequim.

Em 12 de janeiro outra reportagem do Globo informava que a intenção de Miro Teixeira (de fato, do governo Lula) tinha aberto um debate entre especialistas. “Todos admitem que o Brasil tem profissionais bastante gabaritados mas, para alguns, desenvolver uma tecnologia desse tipo demandaria muito tempo e dinheiro. Há quem diga que a decisão não seria comercialmente viável”, dizia a matéria, informando ainda de que o grupo Abert/SET pedia uma audiência com o ministro para discutir a TV digital no país. Segundo a reportagem, analistas do setor diziam que não era uma boa ideia desenvolver um padrão de TV digital com China e Índia, porque os sistemas desses países ainda não estavam prontos. A reportagem informava também que estava “em jogo um mercado estimado em pelo menos R\$ 100 bilhões, ao longo de dez anos, diz Izabel Mattos, diretora

da Laboris Consultoria, especializada em tecnologia. Esse dinheiro será gasto na adaptação de vários setores da indústria de tecnologia”⁸.

Ainda em janeiro O Globo publicava uma nota em coluna no dia 12, contando que Miro previa a criação de empregos e o desenvolvimento da indústria nacional com um padrão brasileiro de TV digital, além de dizer que poderíamos ser o padrão latino-americano; uma reportagem dizendo o ministro estava animado com um estudo apresentado pela Fundação Centro de Pesquisa e Desenvolvimento (CPqD), de Campinas, e pelo Instituto de Tecnologia Genius, de Manaus, dando aval técnico para o desenvolvimento de um padrão brasileiro de TV; e outra com Miro informando que o futuro do padrão de TV digital no país deveria ser decidido em dois anos, e que os brasileiros provavelmente assistiriam à Copa do Mundo de 2006 na TV digital. Até aquele momento, podemos dizer que os lobbies dos três sistemas tratavam o Brasil como estando “do lado de lá da linha abissal”, conforme Santos. De acordo com o pensamento deste autor, isso representa a sobrevivência do colonialismo na relação entre Estados:

De facto, o fim do colonialismo político, enquanto forma de dominação que envolve a negação da independência política de povos e/ou nações subjugados, não significou o fim das relações sociais extremamente desiguais que ele tinha gerado (tanto relações entre Estados como relações entre classes e grupos sociais no interior do mesmo Estado). O colonialismo continuou sob a forma de colonialidade de poder e saber, para usar a expressão de Aníbal Quijano neste livro (2010, p. 18).

A posição de Miro Teixeira buscava mudar este quadro, com a criação de conhecimento tecnológico sobre o tema no Brasil. Em 6 de março a notícia era de que o embaixador da China, Jiang Yuande, havia comunicado oficialmente aos ministros brasileiros de Ciência e Tecnologia, Roberto Amaral, e das Comunicações, Miro Teixeira, que seu país tinha interesse em fazer uma parceria com o Brasil para construir um padrão tecnológico comum de TV digital. Em 18 de março, em reportagem sobre telefonia, Miro Teixeira diz que o Brasil vai desenvolver seu sistema de TV digital por meio de um pool de universidades para compará-lo com o europeu, americano e japonês e poder escolher o melhor. Em 21 de março, Miro incluiu a Associação Nacional dos Fabricantes de Produtos

⁸ MACHADO, André. “TV digital: técnicos debatem padrão brasileiro”. In: O Globo, 12/1/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

Eletroeletrônicos (Eletros) como representante dos fabricantes de televisores no grupo que estudava a implantação de um padrão nacional⁹. Mas Cruz (2008) diz que, depois disso, a Eletros tentou várias vezes entrar em contato com o ministro e não conseguiu, e acabou só entrando no debate ao participar do Comitê Consultivo do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), constituído em março de 2004. O que não alterou muito a situação, já que o “comitê consultivo foi pouco ouvido no processo de escolha e a Eletros não foi convidada a participar do Fórum do SBTVD-T, criado pelo decreto de 29 de junho de 2006, para definições técnicas sobre o sistema” (CRUZ, 2008, p. 105). Apesar de a Eletros, que representava indústrias como a LG (coreana, defensora do sistema americano), Sony (japonesa), Philips (europeia) e Gradiente (brasileira) não ter participado do processo, o ministério escolheu como representantes da indústria no Fórum a Semp Toshiba e a Gradiente (CRUZ, 2008, p. 104-105).

No dia 2 de abril o ministro das Comunicações divulgou sua proposta para TV digital no país, afirmando que o objetivo era promover a inclusão social digital, aproveitando o fato de a televisão aberta estar em 90% dos domicílios brasileiros. No texto, o ministro explica que os padrões de TV digital americano, europeu e japonês foram elaborados para atender às necessidades daqueles países, e que com um padrão próprio o país reduziria o pagamento de royalties¹⁰. O ministro volta a aparecer falando da inclusão digital em reportagem do caderno especial “Retratos do Brasil”, do jornal O Globo, em 11 de abril, acrescentando que é do presidente a decisão sobre o uso, na inclusão digital, dos R\$ 2 bilhões do Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações, e lembrando que Lula tratava o tema como prioridade. A Lei Geral das Telecomunicações (LGT), nº 9.472 de julho de 1997, ao mesmo tempo em que permitiu a privatização das telecomunicações, determinou a criação do Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (Fust), especialmente com a possibilidade de garantir a inclusão digital¹¹.

⁹ “TV digital: Miro debate com Eletros”. In: O Globo, 22/3/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

¹⁰ “Miro apresenta proposta para TV digital no país”. In: O Globo, 3/4/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

¹¹ Leis nº 9.472, de 16 de julho de 1997 (In: <http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L9472.htm>, consultada em 13/9/2010) e 9.998, de 17 de agosto de 2000 (In: <http://www.mc.gov.br/telecomunicacoes/fust/legislacao-1>, consultada em 13/9/2010).

Enquanto isso, a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) trabalhava para abrir caminho para as transmissões digitais, finalizando o plano de distribuição de canais para que as emissoras de TV pudessem transmitir sons e imagens digitais ao mesmo tempo em que mantinham o canal analógico. Era importante manter as transmissões analógicas por algum tempo para que os telespectadores que não pudessem trocar logo o televisor ou comprar a caixinha conversora continuassem a poder ver televisão. O superintendente de Comunicação de Massa do órgão, Ara Apkari, disse que são 1.893 canais de TV digital destinados às cidades com mais de cem mil habitantes no país e explicou que as duas tecnologias de transmissão devem conviver simultaneamente por até 15 anos. O Plano Básico de Canais para a TV digital ficaria disponível para consulta pública do fim de dezembro até 8 de março de 2004, de acordo com reportagem do Globo de 20 de dezembro.

Em audiência nas comissões de Infra-Estrutura e Educação do Senado, em 7 de maio, Miro disse que a TV digital no Brasil deveria permitir o acesso à internet, ajudando a disseminar este serviço para a população¹², apenas para explicar mais à frente, em 3 de outubro, que, apesar de o televisor e o conversor não substituírem o computador, eles poderão, por exemplo, permitir a troca de mensagens eletrônicas.

Enquanto tratava da inclusão digital via televisão digital, o governo também se preocupava em disseminar a internet, ainda acessada por poucos brasileiros. Naquele mesmo ano de 2003, os então ministro das Comunicações, Miro Teixeira, ministra das Minas e Energia, Dilma Rousseff, presidente da Eletrobrás, Luiz Pinguelli Rosa, e secretário de Comunicação e Gestão Estratégica, Luiz Gushiken, discutiam um programa de banda larga para o país. Miro chegou a fazer reuniões com empresas de TV por assinatura para criar uma grande rede, com a intenção também de usar as redes de Furnas e da Petrobras, conforme recordava reportagem do Globo de 26 de fevereiro de 2010. Esta preocupação do governo, porém, só viria a ser concretizada na implantação de um programa em 2010.

Voltando no tempo, em entrevista ao jornal Libération publicada na Folha de São Paulo em 2000 sob o título “A Internet é a revolução do século”, Umberto Eco afirmava que existia o risco de surgirem três classes: a dos que interagem ativamente com a rede, a pequena burguesia dos utilizadores passivos (acesso à internet sem interação maior, como

¹² “TV digital vai permitir acesso à Internet”. In: O Globo, 8/5/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

postar comentários e conteúdo) e a classe proletária que só verá televisão. Eco explicou que não se trata de uma divisão por riqueza, porque um filho de família pobre com acesso à internet pode entrar na primeira classe. Mas, no caso do Brasil, quando se compara ainda o acesso à televisão e ao computador, fica claro que a TV digital poderia permitir mais rapidamente que muito mais indivíduos desta terceira classe chegassem à primeira. Caso ela não traga a interatividade plena, será apenas a antiga televisão vista por esta terceira classe, excluída, caracterizada por Eco.

Em meados de 2003, os esforços dos europeus para implantar no Brasil seu modelo continuaram. Reportagem do jornal O Globo de 21 de julho de 2003 cita um acordo entre a Philips e a Universidade do Estado do Amazonas pelo qual o Laboratório Philips da Amazônia desenvolveria, entre outras coisas, tecnologia para TV digital interativa padrão DVB integrando-a a celulares com tecnologia GSM. E nota na coluna “Conexão Global” do mesmo mês informa que Erkin Liikanen, membro da Comunidade Europeia para a Sociedade da Informação, “esteve no Rio com o secretário Fernando Peregrino. Na pauta, o lobby pelo padrão europeu da TV digital. Para impressionar, prometeu para outubro uma linha de crédito da EU para financiamento de projetos em TI, sem citar valores”. Mais adiante, em 1º de novembro, O Globo publicava que a União Europeia estava desenvolvendo um programa de pesquisa aberto na área de tecnologia da informação no período de 2003-2007, que previa a doação de US\$ 100 milhões para a América Latina.

O ministro das Comunicações, Miro Teixeira, anunciou em agosto, ao participar do primeiro seminário técnico sobre o desenvolvimento da nova tecnologia na Unicamp, que o Brasil teria o modelo de TV digital escolhido e implantado até 2006¹³. Martins & Holanda contam que, em 2003, o Ministério das Comunicações estimulou um extenso debate envolvendo diversos setores da sociedade e do governo em torno da possibilidade de o Brasil desenvolver um sistema próprio:

Em 2003, ocorreram várias reuniões no Ministério das Comunicações envolvendo fabricantes, emissoras, pesquisadores e representantes de institutos de pesquisa, destacando-se o I Workshop de TV digital, ocorrido na Unicamp em agosto de 2003 e organizado pela SBrT (Sociedade Brasileira de Telecomunicações), com o apoio da Fundação CPqD e do Instituto Genius. Ao fim deste workshop, estabeleceram-se os grupos de trabalho compostos por pesquisadores de várias áreas do conhecimento de todo o Brasil, que auxiliaram na

¹³ “TV digital terá padrão escolhido e implantação até 2006, diz ministro”. In: O Globo, 12/8/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

montagem da primeira versão do projeto SBTVD. O documento final compôs o Anexo 8 do Convênio entre o Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações (Funttel) e a Fundação CPqD (2005, p. 175).

Em 18 de outubro, O Globo informava que uma minuta de decreto sobre TV digital, redigida por um grupo interministerial, seria entregue ao presidente Lula na semana seguinte, após meses de estudo. E em 10 de novembro, Miro Teixeira anunciava a liberação inicial de R\$ 80 milhões para as universidades que iriam conduzir as pesquisas para a criação do padrão brasileiro de TV digital, informava nota de coluna no dia seguinte. Este valor, na prática, acabaria sendo menor.

Conforme o Brasil foi entrando pelo caminho do sistema próprio e detendo conhecimento da tecnologia, os estrangeiros foram ficando cada vez mais cooperativos. Os americanos fizeram em junho de 2003 uma proposta de parceria tecnológica com o Brasil. No mês seguinte, a União Européia fechou um acordo com o governo brasileiro para pesquisas conjuntas em TV e inclusão digitais. No fim de 2003 os americanos ofereceram uma linha de crédito de US\$ 150 milhões para projetos conjuntos de desenvolvimento tecnológico na área.

1.4 O decreto 4.901/2003

Em 26 de novembro de 2003 Lula assinou o decreto nº 4.901, que instituiu o Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD). O primeiro objetivo do SBTVD definido no decreto é “promover a inclusão social, a diversidade cultural do País e a língua pátria por meio do acesso à tecnologia digital, visando à democratização da informação”¹⁴. Em seguida, cita como objetivos, entre outros, propiciar a criação de uma rede de educação à distância; estimular a pesquisa e desenvolvimento de tecnologias brasileiras e da indústria nacional relacionadas à tecnologia da informação e comunicação; garantir a adesão gradual de usuários a custos compatíveis com sua renda; incentivar a indústria regional e local na produção de instrumentos e serviços digitais; e contribuir para a convergência tecnológica e empresarial dos serviços de comunicação.

¹⁴ Decreto nº 4.901/2003. In: <http://www.mc.gov.br/tv-digital/decreto-no-4901-de-26-de-novembro-de-2003/>.

Fica claro, pela redação do decreto, a intenção de incentivar as pesquisas e a tecnologia nacionais. É a mesma lógica que fez com que Estados Unidos, Europa e Japão quisessem, cada um, ter seu próprio sistema, pois isso implica não depender de tecnologia do exterior, não ter que pagar royalties nem importar equipamentos. Isso significa produzir os próprios equipamentos, gerando empregos e, se possível, exportá-los para países que adotem seu sistema – como o Brasil poderia fazer caso exportasse um sistema próprio para países da América Latina ou outros.

O decreto também demonstra uma intenção de democratizar a comunicação e atender aos interesses do público, fazendo a inclusão digital através da televisão. Esta intenção é alinhada com o que defendia Roquette-Pinto para o rádio, que, em última análise, era um projeto de incluir os excluídos. Nesse sentido vemos, entre os objetivos citados no decreto, “estimular a evolução das atuais exploradoras de serviço de televisão analógica, bem assim o ingresso de novas empresas, propiciando a expansão do setor e possibilitando o desenvolvimento de inúmeros serviços decorrentes da tecnologia digital, conforme legislação específica”. Com as mudanças no governo que veremos mais adiante, nem entraram novas empresas, nem foi criada uma legislação específica, o marco regulatório tão aguardado pelos defensores da democratização da comunicação. Outro objetivo estabelecido pelo decreto que também não foi atingido foi o de estabelecer “modelos de negócios para a televisão digital adequados à realidade econômica e empresarial do País”. O modelo de negócios da TV, baseado em financiamento pela publicidade, especialmente comerciais de 30 segundos, continuava o mesmo no fim do ano de 2010, configurando-se como obstáculo à implantação da interatividade plena, como veremos com mais detalhes.

Foram criados pelo decreto o Comitê de Desenvolvimento do SBTVD, vinculado à presidência da República, um Comitê Consultivo e um Grupo Gestor, cujos membros só foram empossados em março de 2004. O Comitê de Desenvolvimento deveria, entre outras atividades, fixar critérios para as pesquisas e projetos em TV digital, inclusive seus participantes; fixar diretrizes básicas para modelos de negócios; definir todas as estratégias e planos envolvendo a TV digital; supervisionar o Grupo Gestor; definir o modelo de referência, o padrão e a forma de exploração da TV digital brasileira, o período e o modelo de transição do analógico para o digital. O Comitê seria composto por um representante do

Ministério das Comunicações, que o presidiria, da Casa Civil, dos ministérios da Ciência e Tecnologia, Cultura, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, do Planejamento, das Relações Exteriores, e da Secretaria de Comunicação do Governo.

O presidente do Comitê de Desenvolvimento do SBTVD também presidiria o Comitê Consultivo, e o ministro das Comunicações indicaria seus membros, que devem ser representantes de entidades que desenvolvam atividades relacionadas à tecnologia de TV digital. Este comitê deveria propor as ações e as diretrizes fundamentais relativas ao SBTVD. O Grupo Gestor deveria executar as ações relativas à gestão operacional e administrativa para cumprir as estratégias e diretrizes estabelecidas pelo Comitê de Desenvolvimento, e seria integrado por representantes do Ministério das Comunicações (que o coordenaria), da Casa Civil, dos ministérios da Ciência e Tecnologia, Cultura, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e da Educação; do Instituto Nacional de Tecnologia da Informação; da Anatel e da Secretaria de Comunicação do Governo.

O Grupo Gestor teria o apoio técnico e administrativo do CPqD e da Finep. O decreto estabelecia ainda que o SBTVD poderia ser financiado “com recursos provenientes do Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações - FUNTTEL, ou ainda, por outras fontes de recursos públicos ou privados, cujos planos de aplicação serão aprovados pelo Comitê de Desenvolvimento do SBTVD”.

Na exposição de motivos do ministro Miro Teixeira está mais clara ainda a defesa dos interesses público e nacional:

3. Tive a cautela de abrir o debate em torno do assunto para consolidar nossa convicção sobre a possibilidade de desenvolvermos sistema e padrão brasileiros de televisão digital. Acredito que o Brasil precisa definir modelo próprio, com estratégia baseada no cidadão, para fazer da inclusão digital o meio mais eficaz e rápido de alcançar a inclusão social, com importantes repercussões na capacidade de inovação e na formação de novas gerações de pesquisadores.

4. Cabe ressaltar o entusiasmo com que nossos centros de excelência em pesquisa e desenvolvimento - nas áreas de tecnologias de microeletrônica, de sistemas multimídia, de propagação, de desenvolvimento de software, de desenvolvimento de conteúdo e de serviços - apoiaram os propósitos do Governo quanto ao SBTVD. Aliás, já há muita tecnologia desenvolvida no Brasil nestas áreas, o que nos proporciona segurança nas importantes decisões que deveremos tomar em breve. A iniciativa de desenvolvimento do SBTVD tem sido considerada como um grande projeto agregador de nossas competências, com o potencial de impulsionar positivamente o complexo eletrônico nacional¹⁵.

¹⁵ “Exposição de motivos do decreto que institui o sistema brasileiro de TV Digital”. In: <http://www.mc.gov.br/tv-digital/exposicao-de-motivos-do-decreto-que-institui-o>.

Em relação à defesa da inclusão digital pelo decreto e pela exposição de motivos, Mota (2005, p. 218) cita dados do Comitê para Democratização da Informática (CDI) em parceria com o Centro de Pesquisas Sociais da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro para mostrar que de fato havia esta necessidade: em 2003 o Brasil contava com 26,7 milhões de habitantes que poderiam ser considerados incluídos digitais. O restante, 149,4 milhões, não tinham acesso à internet. A parcela de pessoas com nível superior completo ou incompleto era de apenas 6,3% da população, mas representava 29,6% dos que possuíam computador e 35,2% entre os que acessavam a internet, mostrando uma relação direta entre nível educacional e acesso à rede.

Para a inclusão digital pela televisão digital é fundamental a interatividade plena, o que até hoje não se tornou realidade no país. No dia seguinte ao decreto, O Globo publicou, além de uma reportagem sobre o fato, uma nota na coluna Panorama Político, de Tereza Cruvinel (que, mais tarde, assumiria um cargo no governo), informando que Miro Teixeira festejara o decreto do presidente e tinha dito que “só ele, que reúne coragem, habilidade e 52 milhões de votos” poderia ter baixado aquele decreto. Em 20 de dezembro o jornal informava que o Ministério das Comunicações publicaria duas portarias nomeando os integrantes do Comitê de Desenvolvimento do Sistema Brasileiro de Televisão Digital e do Grupo Gestor do Comitê. O comitê seria presidido pelo ministro das Comunicações, Miro Teixeira.

Uma preocupação presente na exposição de motivos de Miro Teixeira era a de que o sistema próprio servisse para aumentar as exportações (o que ocorreria caso outros países adotassem o sistema brasileiro). Segundo Cruz (2008, p. 145) uma fábrica de semicondutores no Brasil serviria para minimizar o déficit na balança comercial provocado pela importação desses componentes para os televisores digitais. O texto do ministro tratava de outra questão que não foi para o decreto, que era a “participação dos países latino-americanos no desenvolvimento do SBTVD visando a contribuir para a estratégia de desenvolvimento cooperativo da região”. A exposição defende claramente a multiplicidade de canais, afirmando que “a implantação do SBTVD ampliará significativamente o número de canais de TV aberta e propiciará o desenvolvimento de novos negócios multimídia, o que certamente contribuirá para o incremento da competição no setor”. Justamente a

competição que as emissoras de TV não queriam, para não ter que dividir a audiência e o bolo publicitário.

Barbosa Filho & Castro afirmaram que o projeto SBTVD estabeleceu como princípio quatro eixos de ação:

1. a universalidade dos serviços, ou seja, a escolha de um modelo que privilegie o maior número de brasileiros; 2. a interatividade – o desenvolvimento de uma arquitetura de software e aplicativos, de modo que a caixa de conversão de sinais digitais para o ambiente analógico (terminal de acesso) possibilite a entrada não somente dos programas televisivos, mas de novos serviços, especialmente em educação e os de governo eletrônico, para o maior contingente populacional possível; 3. regionalidade – o respeito à cultura e aos valores locais, por meio de um sistema que permita a construção de pequenas emissoras locais, bem como de ferramentas que facilitem a criação de conteúdo – programas – por essas populações; 4. a inclusão digital – o sistema deverá ser concebido com o uso extensivo do software livre e a adoção de padrões abertos (2005, p. 289 e 290).

André Barbosa Filho, um dos autores citados acima, foi assessor especial da Casa Civil no governo Lula e, em abril de 2005, seria nomeado pelo presidente para coordenar um grupo de trabalho para elaborar uma proposta de Lei de Comunicação Social – a qual acabou não vingando (CRUZ, 2008, p. 190).

Em dezembro de 2003 finalmente entrou no ar o sistema japonês, o favorito das emissoras brasileiras, começando pelas cidades de Tóquio, Nagoya e Osaka (CRUZ, 2008, p. 108). Em 2003 o jornal O Globo publicou 27 matérias sobre o tema TV digital (incluindo notas em colunas), das quais quatro eram sobre outro assunto principal e a TV digital foi citada de forma secundária. Com exceção de uma nota informando sobre a realização de um debate sobre o tema, nenhuma mostrava a mobilização da sociedade civil em relação ao assunto. A mobilização, de fato, ainda era pequena, de acordo com Adilson Cabral, professor da Universidade Federal Fluminense e editor do informativo eletrônico 7 Pontos, que acompanhava e debatia a questão da TV digital. Ele contou que a sociedade civil, ele incluído, demorou a entrar com mais empenho neste tema porque seu tempo estava tomado pela Cúpula Mundial da Sociedade da Informação pelo Direito à Comunicação, Cris Brasil:

Em 2001 se anunciou a cúpula, tratando de desenvolvimento tecnológico, governança da internet, inclusão digital, etc. Era pensar a ideia de direito à comunicação no mundo, mas pensando a agenda brasileira em conexão com outros países, outras realidades. A Cris tomou dois anos e meio, três, construção até 2003 em Genebra, 2004/2005 em Tunis. Foi a primeira conferência da ONU tripartite – governos, sociedade e mercado. Mas como em toda a conferência da ONU os governos é que batem o martelo. E teve casos doidos da

Nokia bancar a delegação do governo finlandês. O governo brasileiro tinha forte influência da sociedade civil, software livre, etc. A construção desta agenda mobilizou a sociedade. Nesse meio tempo o decreto de 2003 estava sendo construído. As organizações da sociedade civil se perderam no debate, porque a agenda da Cris era outra, era do global para o local, mas não tinha TV digital. Quando caiu a ficha, já estava na transição do Miro para o Eunício Oliveira. A digitalização está em curso, está-se discutindo, tem projeto nas universidades, mas ninguém sabia ao certo o que era, estava com os técnicos. Pensamos: vamos entender o que é porque é daí que vem a democratização¹⁶.

O projeto do SBTVD foi dividido em vários subprojetos, conduzidos por 105 instituições de pesquisa integradas pela Fundação CPqD.

Para tal, o Funttel, órgão subordinado ao Ministério das Comunicações, assinou, em dezembro de 2003, convênio com a fundação CPqD, autorizando a liberação de R\$ 65 milhões (cabendo, à época, R\$ 15 milhões para a fundação e R\$ 50 milhões para as demais instituições de pesquisa e desenvolvimento) para a elaboração do modelo de referência do SBTVD. Da mesma forma, em sua segunda reunião ordinária, o comitê de desenvolvimento designou a Finep (Financiadora de Estudos e Projetos) como entidade de apoio responsável pelos convênios com as demais instituições de pesquisa e desenvolvimento.

O grupo gestor, com o apoio da Fundação CPqD e da Finep, consolidou as diretrizes para a chamada pública e a escolha das instituições de pesquisa. Em 2004, foram publicados 18 editais para a contratação de projetos de pesquisa nas diversas áreas de conhecimento, envolvendo desde aspectos de usabilidade e novos serviços interativos até os subsistemas que deverão compor o SBTVD. A abordagem analítica, a metodologia de gestão do projeto, bem como uma parte importante dos documentos de trabalho que promovem o debate e a fundamentação do processo decisório para a construção do modelo de referência, também foram elaborados, analisados e homologados pelo grupo gestor durante o ano de 2004. O tratamento a ser dado a outros aspectos considerados fundamentais para a implementação do sistema de TV digital, como a propriedade intelectual, o uso de software livre, a regionalização de conteúdos, entre outros, também estão entre as atribuições do grupo gestor (MARTINS & HOLANDA, 2005, p. 178 e 179).

No artigo, os autores dizem que haveria esta fase de apoio à decisão sobre o modelo, terminando em 2005; e a segunda fase, de “dar sequência ao desenvolvimento das tecnologias e serviços considerados relevantes, que foram objeto de escolha no modelo de referência, assim como os ajustes políticos e jurídicos necessários à correta implantação do SBTVD”. Estes ajustes nunca foram feitos, pelo menos não de acordo com o que orientavam os estudos contratados para dar apoio à decisão. A decisão do governo acabou sendo tomada sem levar em conta os estudos. Em outro momento, os pesquisadores reforçam a importância das pesquisas que seriam feitas sobre o panorama da regulação no momento para que pudessem ser pensadas as mudanças que viessem a ser necessárias a uma época de convergência de mídias. O artigo diz ainda que a última fase “culminará com

¹⁶ Entrevista concedida em Natal em 5/9/2008.

a efetiva implementação das políticas, tecnologias e serviços desenvolvidos na fase anterior, de acordo com o plano de implantação. [...] O modelo de referência também poderá sugerir o desenvolvimento de um sistema específico de TV digital terrestre”. Ou seja, um modelo brasileiro.

As TVs por assinatura eram digitais e interativas bem antes da TV aberta, mas usando cada uma o padrão escolhido pela própria empresa, enquanto o debate sobre o modelo brasileiro de TV digital aberta acontecia. A Sky é digital desde 1996, e em agosto de 2004 apresentou seu primeiro anúncio interativo, de um carro Mitsubishi, o Pajero Sport, permitindo ao telespectador ver mais detalhes de construção e acabamento do veículo, segundo informa reportagem do Globo de 5 de agosto de 2004. A Net começou a se digitalizar em novembro de 2004, inicialmente em São Paulo e no Rio de Janeiro, com investimentos da ordem de R\$ 100 milhões para os três anos seguintes. A empresa optou pelo padrão europeu em sua digitalização (DVB), informando que este era utilizado em 60% do mercado de TV por assinatura no mundo, de acordo com matérias do Globo de 5 de maio, 11 de agosto e 5 de novembro. Em 2005, o sistema chegaria a outras praças: Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Brasília, Campinas e Santos¹⁷.

Em janeiro de 2004 a perspectiva para a TV digital aberta brasileira começa a mudar. O presidente Lula faz uma reforma ministerial para dar mais cargos ao PMDB, partido do qual precisa para ter maioria no Congresso. O deputado federal Eunício Oliveira (PMDB-CE), proprietário de emissoras de rádio (de acordo com reportagens da Folha de São Paulo de 6 e 7 de janeiro), assumiu o ministério no lugar de Miro Teixeira prometendo dar continuidade às políticas do antecessor.

Naquele momento, em 9 de janeiro de 2004, a coluna Panorama Político do Globo publica uma nota sobre o presidente da República falando sobre um ano de sua gestão e diz que, entre outras coisas, ele “recorda que há meses ninguém acreditava num modelo brasileiro de TV digital. Agora os detentores dos direitos autorais do sistema americano nos oferecem US\$ 150 milhões para iniciarmos as pesquisas a partir da plataforma deles”.

¹⁷ MACHADO, André. “Net digital insere padrão DVB no cabo”. In: O Globo, 15/11/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm; PARAJARA, Fabiana. “Net investe R\$ 100 milhões”. In: O Globo, 11/8/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm; NOVO, Aguinaldo. “TV paga aumentou base de clientes e faturamento no primeiro semestre”. In: O Globo, 5/8/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm; D’ERCOLE, Ronaldo. “Net adquire tecnologia digital para programação”. In: O Globo, 5/5/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

Nota na coluna de Ancelmo Góis em 22 de abril informava que a TV digital deveria estar em 10 milhões de lares do Japão até a Copa da Alemanha e em todos (48 milhões) até 2011, no fim provável da transmissão analógica. No Brasil, o novo ministro das Comunicações, Eunício Oliveira, garantia, em 29 de julho, que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva iria assistir à Copa do Mundo de 2006 no Brasil em uma TV digital. O presidente da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), Pedro Ziller, que trabalhava com a mesma hipótese, estimou um valor médio de R\$ 200 para o aparelho conversor, segundo reportagem do Globo de 29 de julho.

A professora da UFMG Regina Mota, doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC de São Paulo, coordenou uma pesquisa para o CPqD entre maio e outubro de 2004 com o objetivo de estabelecer parâmetros de inclusão social e orientações de legislação para o SBTVD, conforme determinado pelo artigo 1º inciso I do decreto lei nº 4901/2003. Ela constatou um total desconhecimento dos cidadãos sobre o que significa digitalizar a televisão (MOTA, 2005). O momento era de os meios de comunicação trazerem o máximo de informações para o público sobre o que é a TV digital e quais as possibilidades abertas a elas. Era o momento de os cidadãos serem informados sobre que opções existiam e como cada uma poderia afetar o seu modo de se relacionar com a TV e de se incluir digitalmente.

De fato, em 30 de julho de 2004 O Globo publicou um suplemento especial sobre TV digital, com sete reportagens. Uma delas lembrava que o governo havia garantido que o Brasil teria TV digital até 2006; outra, a defesa pelo ministro das Comunicações do uso da tecnologia para inclusão social e da abertura de um campo para a produção de softwares e prestação de serviços. Uma das principais matérias abordava os três padrões existentes e a intenção do governo de criar um brasileiro. “A TV do futuro: alta definição e interatividade” era o título da matéria que explicava como seria a nova tecnologia. Outra menor relatava pesquisas sobre o tema feitas pelo Grupo Abert/Set (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV/Sociedade de Engenharia de Televisão e Telecomunicações). Outra ainda informava que o vice-presidente de novos negócios da Samsung, Benjamin Sicsú, comentou que a empresa “investe quase US\$ 3 bilhões em pesquisa, em 17 centros espalhados por oito países. Anunciou ainda que dois centros de pesquisa em Manaus se dedicariam a pesquisas em TV digital, visando a acompanhar de perto o que o Brasil decidir em termos de padrão”. A menor das sete reportagens informava que a TV digital já

era realidade em muitos países e que, nos Estados Unidos, o foco do mercado de TV digital era a alta definição das imagens. “Toda a rede cabeada oferece programação em alta definição. Na terra do Tio Sam, mais de 12 milhões de aparelhos de TV de alta definição (HDTV) já foram vendidos, ao custo, em média, de US\$ 1 mil cada”, contra US\$ 8 mil três anos antes¹⁸. Porém, o acompanhamento sistemático ao longo das semanas, mostrando os vários ângulos da questão, que os jornais costumam oferecer aos leitores quando algum assunto de maior relevância para os cidadãos está sendo debatido no Executivo ou no Legislativo, não foi feito no caso da TV digital.

Em 11 de agosto, numa nota dissonante do discurso governamental do momento, O Globo publica reportagem com o título “Brasil não vai criar padrão digital, diz secretário”. Nela, o secretário-executivo do Ministério das Comunicações, Paulo Lustosa, afirmava que o Sistema de TV Digital Brasileiro aproveitaria um dos três modelos mundiais – o americano, o japonês e o europeu – como base, mas que o padrão implantado seria adaptado às necessidades e ao perfil dos brasileiros. O discurso feito por Lustosa, dizendo que “não queremos reinventar a roda”, foi feito na abertura do congresso da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA). Era uma resposta à crítica aos planos do governo de criar um sistema nacional feita pelo diretor-executivo da ABTA, Alexandre Annenberg, e publicada na véspera pelo Estado de São Paulo sob o título “Criar sistema digital brasileiro é perda de tempo, diz especialista”. O ministro Eunício Oliveira mandou Lustosa voltar atrás (CRUZ, 2008, p. 95-96). O incidente remete novamente a Santos quando trata da persistência do colonialismo na relação entre Estados e entre grupos sociais do mesmo Estado. Segundo ele

[...] no interior do Sul geográfico houve sempre as ‘pequenas Europas’, pequenas elites locais que beneficiaram da dominação capitalista e colonial e que depois das independências a exerceram e continuam a exercer, por suas próprias mãos, contra as classes e grupos sociais subordinados. A ideia central é, como já referimos, que o colonialismo, para além de todas as dominações por que é conhecido, foi também uma dominação epistemológica, uma relação extremamente desigual de saber-poder que conduziu à supressão de muitas formas de saber próprias dos povos e/ou nações colonizadas (SANTOS, 2010, p. 19).

No caso em questão, empresas que não tinham interesse em um sistema nacional para evitar mexer em seu ainda lucrativo modelo de negócios “colonizavam” o povo, que

¹⁸ “Uma realidade em muitos países”. In: O Globo, Suplemento de TV Digital, 30/7/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

poderia se beneficiar da criação deste sistema nacional. Ao mesmo tempo, e com o mesmo objetivo, discursos como o de Annenberg colocavam o Brasil na posição de colonizado, que não precisava ter tecnologia própria, devia importar da metrópole.

Enquanto isso, outro episódio mostrava que as emissoras de TV continuavam fortes na defesa de seus interesses. Em 11 de agosto de 2004 entrou em consulta pública uma minuta de projeto de Lei de Audiovisual que transformaria a Ancine (Agência Nacional do Cinema) em Ancinav (Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual). A nova agência teria o poder de regular e fiscalizar todo o audiovisual, nos moldes da agência britânica Ofcom. O texto recebeu sugestões até 1º de outubro e foi duramente criticado (CRUZ, 2008, p. 183). O jornal O Globo, por exemplo, publicava reportagens recheadas de entrevistados criticando a proposta do Ministério da Cultura. As críticas eram, em geral, voltadas para o cinema, de certa forma escondendo o fato de que o que mais incomodava as emissoras era a possibilidade de regulação do conteúdo de TV. A este respeito, as reportagens do Globo tratavam como censura a regulação de conteúdo através de leis. Orlando Senna, então secretário do Audiovisual do Ministério da Cultura, publicou artigo no jornal O Tempo e no site do ministério, do qual se extrai o trecho abaixo:

Por que tanto medo da Ancinav? Possível perda de privilégios, de possibilidades de monopolização, de hegemonizações? A proposta da Ancinav é de ampliação do mercado, equilibrando interesses, mediando conflitos e gerando o crescimento do setor com recursos públicos e privados. Uma atividade em expansão significa maiores oportunidades para todos: para os pequenos empresários hoje tolhidos pela brutalidade do mercado, para o vasto contingente que deseja ingressar nesse universo e para as grandes empresas que terão um território mais amplo para sua expansão¹⁹.

O anteprojeto acabou sucumbindo à pressão das emissoras e foi cancelado pelo governo antes mesmo de ser enviado para o Congresso.

Em 20 de agosto, reportagem do Globo informava que o modelo de gestão do Sistema Brasileiro de TV Digital começaria a ser discutido em 60 dias e a análise de riscos no empreendimento, em 90 dias, de acordo com o secretário de Telecomunicações do Ministério das Comunicações, Mauro de Oliveira. Entre 25 e 27 de agosto o evento Broadcast & Cable, da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (SET), atraiu

¹⁹ SENNA, Orlando. “Quem tem medo da Ancinav?”. In: <http://www.cultura.gov.br/site/2005/01/04/quem-tem-medo-da-ancinav-por-orlando-senna/>, 4/1/2005.

lobistas americanos, europeus e japoneses, que conversaram com o governo e pesquisadores (CRUZ, 2008, p. 96). Em 15 de novembro de 2004, O Globo diz que a Coreia desejava colaborar com o Brasil nas áreas de comunicações móveis e TV digital. E com esta matéria terminava a cobertura sobre TV digital aberta do Globo em 2004. Naquele ano, o jornal publicou 12 reportagens diretamente sobre o tema, incluindo notinhas em colunas, e três em que o citava como assunto secundário. Pouco para informar os cidadãos, num ano em que eram feitas pesquisas para a escolha do modelo. Sem a informação sobre o tema, fica difícil para o cidadão comum tomar uma posição sobre que modelo prefere e, se for o caso, pressionar o governo ou parlamentares para tomarem decisões que beneficiem sua escolha.

O livro *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*, com artigos escritos na virada de 2004/2005 e publicados em 2005, mostra as expectativas de apoiadores do governo Lula, autores de artigos, que trabalhavam ou estudavam o processo da TV digital brasileira. Um dos objetivos do livro, conforme descrito na introdução, era apresentar “análises e propostas que colaborem com o governo federal no sentido de desenvolver projetos de inclusão e estímulo ao cidadão digital. Ao lado deles, também estão artigos assinados por alguns dos atuais realizadores dos projetos de tecnologia digital em curso no governo Lula” (BARBOSA FILHO, CASTRO & TOME, 2005, p. 17 e 18). No prefácio, José Marques de Melo, professor emérito da ECA/USP, diz que o volume reúne ensaios escritos por pesquisadores identificados ou participantes da estratégia adotada pelo governo Lula no sentido de “romper a brecha digital que estigmatiza a sociedade brasileira. Trata-se de um esforço de reflexão coletiva destinado a estimular ações capazes de conduzir à inclusão social aqueles contingentes que permanecem à margem do banquete civilizatório” (p. 14). Como veremos a seguir, os autores davam grande importância ao papel da nova TV na inclusão digital do povo, bem no espírito do que defendia Roquette-Pinto.

Mota & Tome defendiam uma TV digital com interatividade plena, inclusão social, diversidade cultural, democratização do acesso à informação e formação de rede de educação à distância, conforme previa o decreto nº 4.901/2003:

Da intenção governamental à prática cotidiana, entretanto, existe um longo caminho a ser percorrido. O primeiro desafio foi, e continua a ser, o de reunir os atores existentes e novos

em torno dessa idéia. Embora, em tese, muitas pessoas e instituições tenham interesse, quando descemos à dura realidade do dia a dia, muitos sonhos e desejos caem por terra. Estes precisam ser conciliados com tarefas, recursos, prazos, limitações técnicas, legais e orçamentárias, e alguns acabam desistindo prematuramente. Mas felizmente muitos persistem (brasileiro é persistente), criando um ambiente excitante para os trabalhos.

O segundo desafio está sendo o de definir qual é a abrangência que desejamos. Esse é um debate ainda por ocorrer. Requisitos como o de inclusão social ou diversidade cultural não são facilmente traduzíveis em especificações técnicas. Ainda que a equipe técnica responsável tenha conseguido elaborar uma primeira tradução, seria altamente desejável que esse debate pudesse ser ampliado para diversos setores da sociedade.

O terceiro desafio é o de construir a plataforma tecnológica propriamente dita. Não é uma tarefa elementar. Se, por um lado, existem três sistemas desenvolvidos, testados e bem documentados, por outro, (a) todos os caminhos possíveis parecem já ter sido trilhados (o que possui implicações práticas como a de patentes) e (b) à primeira vista, parece tolice buscar soluções para desafios que já foram anteriormente estudados. Entretanto, o cenário é bastante promissor. O desenho de um sistema realizado a partir de um enfoque ampliado (dentro do nosso triângulo conceitual), aliado ao conhecimento técnico acumulado nos outros sistemas e a soluções inovadoras (brasileiro é muito criativo), permite antever uma plataforma não apenas diferente, mas também mais adequada às necessidades brasileiras (2005, p. 81 e 82).

Neste triângulo conceitual criado pelos pesquisadores cada vértice representa uma proposta de TV digital, sendo o terceiro a proposta defendida por eles, com interatividade plena, fim da grade de programação e o usuário ser também um produtor e disseminador de informações e conhecimento (transformando-se em “usuário-cidadão”). Takashi Tome trabalhou na engenharia de sistema do projeto SBTVD no CPqD.

Regina Mota, no artigo “Os desafios da TV digital no Brasil” no mesmo livro, afirmava que, “mais do que qualquer outro meio, a televisão digital poderá transformar e reconfigurar o cenário da mídia eletrônica no Brasil, voltada quase que exclusivamente para os interesses comerciais e para o mercado de consumo de bens e serviços, ao qual mais de 50% da população nem sequer tem acesso” (2005, p. 205). Ela também considerava imprescindível que o debate sobre legislação e direito na radiodifusão chegasse aos interessados, com o Estado garantindo que a comunicação não estivesse apenas a serviço de interesses privados – o que, como se verá adiante, não foi feito. O público de televisão, a grande massa de brasileiros, não foi informado sobre este debate na profundidade necessária para entender as possibilidades tecnológicas disponíveis e suas implicações para o país e para o público e, a partir daí, ter condição de tomar uma posição sobre o assunto caso quisesse. Dizia Mota:

Daí a importância, em uma sociedade como a brasileira, do estabelecimento de políticas públicas, com o objetivo de cumprir as funções constitucionais de diminuição das

desigualdades. Aqui têm início as dificuldades, uma vez que a comunicação social, quando entregue – ainda que sob a forma de concessões – à iniciativa privada, fica sujeita à dinâmica do mercado que, no caso brasileiro, está estruturado exclusivamente sob a égide do lucro.

A dimensão pública da informação, para ser resgatada como conceito e como prática, portanto, necessita de um tipo de regulamentação que o mercado não tem interesse em promover. Esse é o papel das políticas públicas. [...] A escolha de um determinado modelo para o SBTVD implicará a manutenção da atual relação da desigualdade comunicacional da sociedade brasileira ou a mudança de parâmetros que possa reverter a ordem de suas prioridades. [...] A televisão digital, por sua característica convergente, interativa e reversível [...] poderia proporcionar apropriações para todos: para as redes de televisão comerciais, para as televisões locais, para a TV a cabo, para as televisões comunitárias, para a telemedicina, para a teleeducação, para ampliar o acesso a museus, bibliotecas e bancos de dados, para o comércio eletrônico, para os serviços de toda natureza (MOTA, 2005, p. 220-221).

Adilson Vaz Cabral Filho e Eula Taveira Cabral esperavam que “se pelo menos o conjunto da sociedade civil não estiver acompanhando diretamente o debate, possa pelo menos estar engajado no envolvimento de múltiplas ações que podem vir a garantir uma ocupação qualificada dos canais, dentro de um possível novo sistema brasileiro de TV digital” (2005, p. 165).

No mesmo livro, os educadores Maria de Fátima Monte Lima, Nelson de Luca Pretto e Simone de Lucena Ferreira demonstram seu temor: “(o SBTVD) pode vir a se constituir uma grande possibilidade de inclusão digital. Isso se o caminho escolhido não for o da simples distribuição em broadcasting de produtos imagéticos em alta definição que, no entanto, ainda continuariam sendo produzidos de forma centralizada e, com isso, fortalecendo a perspectiva de dominação e de expansão do capital” (2005, p. 244). Para os autores, à educação à distância interessa uma TV digital interativa e, “com isso, potencializadora de espaços não-lineares de construção de conhecimento” (2005, p. 245). Eles afirmavam ainda que “no âmbito da TV digital, por exemplo, o que se percebe é um movimento do próprio MEC – ao implantar alguns protótipos do que está chamando de TV Escola Digital, em um movimento quase isolado do Sistema Brasileiro de TV Digital” (p. 237 e 238). Bolaño e Brittos diziam que a digitalização da TV na América Latina e nas demais partes pobres do planeta poderia representar o acesso à internet.

Ricardo Benetton Martins, então diretor e coordenador do Projeto do Sistema Brasileiro de TV Digital na Fundação CPqD, atuando junto ao Ministério das Comunicações; e Giovanni Moura de Holanda, coordenador dos estudos do CPqD para

definição do modelo de referência do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre, afirmavam que o governo dava ênfase à utilização desse veículo de comunicação como plataforma para inclusão social e para a redução das desigualdades de informação, educação e renda experimentadas pelo país: “Tal posicionamento, que se impõe do ponto de vista social e humano e que poderia ser traduzido como ‘a tecnologia a serviço do homem’, trouxe a necessidade de abarcar efetivamente, além de questões tecnológicas, aquelas de natureza socioeconômica e político-regulatória” (2005, p. 174). Regulação esta, lembramos novamente, que não ocorreu até hoje. Eles também davam como certa a criação de diretrizes “para a condução de políticas específicas que impulsionem a difusão da TV digital terrestre no Brasil, abarcando políticas industrial e educacional atinentes à cadeia produtiva da TV digital, que promovam o desenvolvimento regional e a inclusão social” (p. 188). Para os autores, toda esta política deveria levar a um modelo sustentável, mesmo no caso de mudanças em relação ao PIB ou à taxa de câmbio; e flexível, para poder se adaptar a eventuais mudanças de rumo.

As esperanças dos autores são resumidas por Cosette Castro:

Gostaria de dizer que se trata de um desafio que responde à convocação do governo Lula ao formular políticas de comunicação pensando o modelo digital, passa pela formação de consórcios universitários de pesquisa sobre tecnologia e produção de conteúdos, envolve a sociedade civil e seus representantes e deverá desaguar no envolvimento de educadores, produtores audiovisuais, associações, federações de trabalhadores e todos aqueles que vêem no projeto de TV digital um espaço estratégico de produção de conteúdo nacional, ampliação do mercado de valor não somente para as emissoras, mas também para os profissionais. Afinal, será essa sinergia que modelará os negócios da TV digital no Brasil, levando em consideração as demandas e ofertas, assim como as especificidades do mercado e os diferentes perfis do público (2005, p. 317).

Porém, sem uma ampla divulgação pelos meios de comunicação de massa, especialmente a televisão, o tema TV digital não se tornou conhecido, e todo este debate e envolvimento da sociedade imaginados por Castro e tantos outros que lutavam pela democratização da comunicação acabaram impossibilitados de ocorrer.

Para Gustavo Gindre, da ONG Coletivo Intervozes (uma das mais atuantes no tema TV digital), a primeira grande condição para democratizar as comunicações no Brasil era rever a legislação.

Só para se ter uma ideia, a legislação da União Europeia para o audiovisual, TV aberta incluída, é de dezembro de 2007. A nossa é de agosto de 1962. A nossa tem 47 anos. Salvo a hipótese improvável de que ela tenha sido feita por médiuns, que sabiam o que aconteceria no futuro, ela é absolutamente incapaz de lidar com tudo o que vem pela frente. Não tem como uma lei de 62 conseguir lidar com todas as transformações tecnológicas que vieram daí pra a frente. Além do fato de ela ser ruim na sua origem. Ela é conservadora, ela é reacionária lá na origem e ela ainda ficou defasada no tempo. Então hoje, na prática, nós não temos lei para a radiodifusão. Eu desafio quem quer que seja, a entidade que for no Brasil, se ela consegue ter acesso aos contratos de concessão. Você imagina o que é isso? O poder público faz o contrato de concessão com um ente privado e este contrato de concessão é secreto, ninguém tem acesso a isso. Jamais na história do Brasil se teve acesso a um contrato de concessão de uma emissora de TV ou de rádio. Então sem mudar essa legislação, sem rever este arcabouço legal, não dá para introduzir uma nova tecnologia, você está consagrando os interesses que já oligopolizaram esse setor, que nos grandes centros são esses grupos de mídia e no interior, nas capitais do interior, fora do eixo Rio-São Paulo, é pior, é o coronelismo político em aliança com os grandes grupos de comunicação. É Antônio Carlos Magalhães, Collor, Sarney, Jader Barbalho, são esses os donos das emissoras de TV no Brasil. Sem rever isso não dá para introduzir uma nova tecnologia²⁰.

Dupas (2001) também defende um controle social sobre as tecnologias. Embora ele se refira e se preocupe especialmente com as tecnologias que podem alterar a genética humana e o meio ambiente, também trata das demais, e podemos trazê-lo para o caso da TV digital:

A lógica da competição exacerbada, o deslumbramento diante da novidade tecnológica e a ausência de valores éticos ou agências regulatórias que definam limites e rumos poderão estar incubando novos deuses que conduzirão a humanidade a sua redenção ou serpentes que ameaçarão sua própria sobrevivência.

[...] As novas competências que essas tecnologias permitem ao homem exercer contêm, simultaneamente, possibilidades de redenção e de destruição. Se bem exercidas, submetidas aos interesses gerais das sociedades, poderão vir a ser um importante instrumento para o desenvolvimento da humanidade. Por outro lado, submetidas unicamente ao interesse do capital e de sua acumulação, essas mesmas tecnologias podem levar a efeitos sinistros e devastadores. O desafio é saber como a humanidade pode se preparar para arbitrar esses caminhos, de modo a evitar os riscos que não esteja disposta a enfrentar e estabelecer um controle social sobre as decisões tomadas pelo setor privado no campo das técnicas (DUPAS, 2001, p. 63 e 107).

Enquanto o debate sobre como deveria ser a TV digital brasileira acontecia, Castro fazia também um balanço da nova televisão em dois outros países:

A Grã-Bretanha lidera a migração para o digital, e seis principais redes de televisão já transmitem tanto em modelo analógico quanto digital: BBC 1, BBC2, ITV 1, Channel

²⁰ Entrevista em vídeo concedida a Jocelino Pessoa, aluno do professor Ernani Ferraz na disciplina Comunicação Audiovisual da PUC-Rio, em 2 de junho de 2009.

4/S4C, Five e Teletext. Outras sete redes já transmitem exclusivamente em digital (BBC 3, BBC News 24, BBC Parliament, CBBC, Cbeebies e S4C2). Isso apenas no que está relacionado às transmissões terrestres. Já em setembro de 2001, a BSkyB havia desligado suas transmissões analógicas, tornando-se a primeira operadora por satélite (DTH, direct do home) 100% digital, o que foi seguido por praticamente todas as operadoras satelitais do mundo – inclusive no Brasil, onde Sky e DirecTV prestam esse serviço. Berlim foi a primeira metrópole do mundo a desligar todos os seus sistemas de transmissão analógica terrestre. Isso ocorreu em agosto de 2003 e, em 2010, toda a TV na Alemanha será digital (2005, p. 297).

Apesar disso, Castro afirmava também que ainda não existiam linguagens e formatos específicos para a TV digital e, mesmo na Grã-Bretanha, o formato para a nova TV ainda engatinhava, embora com algumas possibilidades de interatividade, como o voto eletrônico, meteorologia, serviço de aeronaves e situação das estradas. Em 14 de novembro de 2004, reportagem do jornal O Globo mostrara uma BBC ainda entusiasmada com a TV digital, o que se reverteria depois, como veremos adiante nesta tese. Na matéria, Jana Bennett, diretora da BBC, diz que a interatividade está no ar: “graças à TV digital, cada vez mais, enquanto estiver assistindo a um programa, o telespectador poderá simultaneamente buscar informações complementares e até participar da atração”²¹.

Ferraz lembra que muitos países, como Inglaterra e Estados Unidos, tiveram que adiar seus desligamentos do sinal analógico, “nem tanto porque a cobertura digital por parte das emissoras estivesse abaixo dos 100%, mas muito mais porque nem todos os usuários se sentiram motivados a ter receptores digitais” (2009, p. 26). Segundo Ferraz, o último adiamento da Inglaterra foi para 2012. No caso dos brasileiros, ele aponta como razões para a falta de interesse pela troca o alto preço dos equipamentos, o reduzido conteúdo em alta definição e a falta de interatividade. Nos EUA, o sinal analógico acabou sendo desligado em 2009.

Com o título “Governo desiste de controlar o setor audiovisual”, matéria do Globo de 15 de janeiro de 2005 tratava também do início da elaboração de uma proposta de Lei Geral de Comunicação de Massa. A idéia do governo era preparar uma lei que incluísse os meios tradicionais de comunicação e os novos, como internet e TV digital. “O governo, segundo técnicos do Planalto, quer reforçar os dispositivos da Constituição que falam da necessidade de se dar espaço à produção nacional e à produção educativa”, dizia a

²¹ FERNANDES, Lilian. “Programa bom é o que tem apelo”. In: O Globo, Revista da TV, 14/11/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

reportagem²². Mais uma tentativa de regular o setor que, ao menos até 2010, não tinha ido adiante.

Em 25 de janeiro reportagem do Globo informa que o governo da China iniciara sua corrida para a criação de um padrão próprio de TV digital, “com o firme propósito de entrar na disputa pela venda mundial de seu sistema – concorrendo com os padrões europeu, americano e japonês, naquela que já é considerada, pelos especialistas, uma das maiores brigas comerciais” deste novo século²³. E enquanto ainda se discute e pesquisa a tecnologia, Castro (2005) cita as propostas de Takashi Tome para a participação do público pela TV digital feitas em debate virtual realizado em 15 de fevereiro de 2005:

1) Todo programa deveria ter, ao final, uma opção para o sujeito-audiência dizer se gostou ou não (tipo de um *palmômetro* ou *vaiômetro* digital, que possibilite ainda dizer/escrever por que o público não gostou);

2) Alguns formatos, como os talk shows, reality shows, late shows ou os programas de auditório poderiam contar com a participação remota do público, a partir do retorno com voz ou vídeo²⁴;

3) Deveriam ser disponibilizados espaços na TV digital para que os sujeitos-audiências possam mostrar sua produção digital. As audiências poderiam enviar comentários, como o exemplo dado no item 1.

Em termos de apropriação, há pelo menos três vertentes a ser consideradas:

1) A primeira é a apropriação individual, na qual a pessoa escolhe o roteiro, o cenário etc; enfim, a interatividade utilizada para criar um mundo como o usuário, individualmente falando, gostaria.

2) O segundo tipo de apropriação é a coletiva, do tipo *Você Decide* – mas vai além desse formato, seja para decidir um enredo, seja para definir uma grade de programação, que já não será rígida. A vontade da maioria irá escolher o enredo de uma história, em um processo de votação que deverá ser transparente para o público.

3) O terceiro tipo está inserido na linha do projeto Creative Commons: abaixo do copyright, a pessoa (geralmente um comuni-hacker) poderia fazer uma colagem a partir de programas disponibilizados e criar um novo programa, que seria distribuído para todos os interessados. Esse tipo de experiência já vem acontecendo mundialmente com os fãs na Internet, através de jovens admiradores de histórias de ficção, sejam elas mangás, livros, comics, animes, filmes como *Matrix* ou obras originais.

4) Existe ainda uma quarta vertente – a dos videoblogs, expressão dos internautas sobre temas que lhes interessam, e os fotoblogs, um outro espaço de apropriação que tem no Brasil o maior número de representantes (2005, p. 302 a 305).

Ainda em 1972, ao publicar a primeira edição de *A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil*, Muniz Sodré diz que há da parte dos produtores

²² JUNGBLUT, Cristiane. “Governo desiste de controlar setor audiovisual”. In: O Globo, 15/1/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

²³ SCOFIELD JR., Gilberto. “China começa a corrida para a TV digital”. In: O Globo, 25/1/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

²⁴ O que vários programas, como o americano Oprah Winfrey e o brasileiro Happy Hour, no canal por assinatura GNT, fazem atualmente via skype, usando a internet.

de TV um eterno desejo de atender às solicitações do público, como em relação ao fim da novela, e que os futurólogos mostram que o jornal do futuro já deve ser um aparelho de TV ligado a uma máquina que imprime só o que o leitor quiser ler. Mas ele dizia que, naquele momento, a relação do público com o produtor de TV era apenas deformadora da mensagem, levando a distorções, estereótipos e preconceitos sociais. Mas ele não era pessimista em relação a um futuro interativo:

Essa relação entre o produtor de programas e o público poderia dar margem a experiências culturais de comunicação forte com a existência. Teríamos um tipo de espetáculo em que os consumidores (o público) seriam também criadores através de sua ação de retorno (feedback) sobre o comunicador. As circunstâncias desejáveis seriam aquelas em que o comunicador fosse capacitado para adaptar-se às especificidades da linguagem do veículo televisual e, do ponto de vista de uma antropologia cultural, preparado para corrigir ou selecionar os estereótipos. Um comunicador desse calibre seria, mesmo na área pura do espetáculo, um bom formador de público, na medida em que contribuisse para reestruturar os valores que fundamentam os estereótipos (SODRÉ, 1977, 70-71).

O secretário-executivo do Ministério das Comunicações, Paulo Lustosa, afirmou, em 19 de maio, que até 10 de dezembro os grupos encarregados das pesquisas sobre TV digital teriam que entregar seus resultados ao governo. Segundo ele, o governo pretendia decidir que tecnologia de TV digital seria usada no país até fevereiro de 2006²⁵.

Matéria de 9 de junho do Globo mostra que a Associação Brasileira da Indústria Eletroeletrônica (Abinee) avaliava que implantação da TV digital possibilitaria a instalação de um parque industrial destinado à fabricação de semicondutores – matéria-prima para produtos e tecnologias de ponta – no Brasil. Em 15 de junho reportagem informa sobre o Simpósio Internacional de TV Digital, do IETV, que debateria o tema no Rio. Neste mesmo dia e também no dia 12 de junho duas notas em colunas também informavam sobre isso, com duas frases cada.

1.5 Os movimentos sociais e a TV digital

Neste momento o movimento popular já estava mais atuante na questão. Uma das entidades que participavam ativamente do debate era o Fórum Nacional pela

²⁵ TAVARES, Mônica. “Definição de padrão para TV digital sai até fevereiro”. In: O Globo, 19/5/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

Democratização da Comunicação (FNDC), que surgiu no fim da década de 1980, e foi registrado como pessoa jurídica em 1991. Cabral Filho & Cabral explicam que o FNDC estruturou seu programa com base nas estratégias e linhas prioritárias de ação, consolidando seu viés institucional junto às organizações sociais “que saíram ou resistiram, seja por inércia em participar de outras instâncias maiores intermovimentos, seja pelo reconhecimento do histórico de lutas representado pelo próprio FNDC, seja mesmo por se identificar com uma atuação mais legalista” (2005, p. 145). No momento em que escreveram o artigo, fevereiro de 2005, o FNDC contava com onze entidades nacionais e 70 entidades regionais, vinculadas a oito comitês regionais. Segundo os autores, a maior parte destas entidades contava com representantes que acompanhavam as reuniões, mas não repassavam os assuntos pautados ou deliberados às suas organizações de origem.

Desde 1994, quando foi deliberado o documento “Bases de um programa para a democratização da comunicação no Brasil”, até 1998, quando havia definido seu planejamento estratégico, várias organizações não mais atuaram no FNDC, concentrando-se em suas lutas mais cotidianas ou mesmo buscando outras formas de atuar ou trabalhar com a temática da comunicação (CABRAL FILHO & CABRAL, 2005, p. 145).

Os autores contam que, a partir da luta do fórum, surgiram movimentos mais específicos que desembocaram na regulamentação federal para as rádios comunitárias e os canais comunitários de TV a cabo. Dizem ainda que desde 2001 o FNDC chama a atenção do governo para a importância do povo no projeto da TV digital brasileira, e em 17 de julho de 2003 enviou ao governo Lula comentários e propostas pedindo que o aspecto cultural tivesse o mesmo peso que o industrial e o tecnológico na TV digital (2005, p. 164).

No momento em que escreviam, o fórum vinha, desde 2003, num movimento para descentralizar e desburocratizar sua atuação, e a XI Plenária, realizada em Goiânia em maio de 2004, debateu a participação do FNDC no Conselho de Comunicação Social (CCS) e uma campanha para a realização da Conferência Nacional da Comunicação em 2005 (que acabou sendo realizada apenas em dezembro de 2009), a qual estava sendo negociada com o governo federal. Eles afirmam ainda que, no período até 2004, houve

a instalação de comitês regionais sem representatividade junto ao conjunto da sociedade civil em cada cidade e atividades operacionais de fortalecimento de uma infra-estrutura própria, voltada para a qualificação da atuação de suas lideranças, não para a expansão qualitativa de pessoas e organizações associadas. Em geral, estão pautados por

representantes de organizações extremamente capacitados para a atuação nesses espaços, mas incapazes de despertar interesses e estimular posicionamentos por parte da sociedade civil a partir de suas especificidades (CABRAL FILHO & CABRAL, 2005, p.147).

Os autores classificaram este quadro como “movimento inerte”, e disseram que o FNDC perdeu força, o que ficou claro quando OAB e ABI, que já haviam participado da entidade, propuseram, junto a outras organizações da sociedade civil, um nome para ocupar o cargo de ministro das Comunicações no início do governo Lula, em janeiro de 2003. Outros indicadores deste enfraquecimento foram a vitória de uma chapa de oposição na ABI e a presença de outra na eleição da Federação Nacional dos Jornalistas de 2004. Neste contexto, surgiram movimentos autônomos pela ética na mídia, como o Zero Fora, no Rio Grande do Sul, que depois se ampliou e se transformou no Midi@ética; a campanha “Mirante ou mentira?”, de São Luís (MA), que denunciava as práticas do Sistema Mirante de Comunicação (vinculado à TV Globo), de propriedade da família Sarney; e a campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”, proposta pelo então deputado pelo PT Orlando Fantazzini (SP). A Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados lidera a campanha, que conta com 57 entidades da sociedade civil, e fez um levantamento das leis e normas existentes no país que se aplicam ao conteúdo veiculado no rádio e na TV. O grupo pressiona anunciantes para parar de anunciar em programas que descumprem a lei, veiculando, por exemplo, conteúdos homofóbicos ou que violem o Estatuto da Criança e do Adolescente.

Quanto ao FNDC, Adílson e Eula Cabral dizem que era chamado de rede das redes, mas, na prática, suprimia as especificidades dos grupos participantes e dos comitês regionais. Porém, lembram que ele foi o principal articulador da sociedade civil na elaboração da lei de TV a cabo, na defesa do controle público que levou à criação dos seis canais públicos (para o Senado, Câmara dos Deputados, Assembléias Legislativas e Câmaras de Vereadores, universidades, órgãos públicos de caráter educativo-cultural e para entidades ou instituições comunitárias), além de 30% da capacidade técnica da rede do cabo para uso por entidades sem relação de subordinação e/ou afiliação com o operador. E é esta tese do controle público que os autores dizem que vinha sendo usada para reivindicar um modelo brasileiro de TV digital mais democrático. “Um discurso que reaparece no debate sobre a TV digital por parte do FNDC é o de que, por termos começado mais tarde a adotá-la [...] poderemos implementar um sistema mais atualizado tecnologicamente, pensando

uma utilização mais pertinente por parte da sociedade civil” (2005, p. 159-160). Mas, para Cabral Filho e Cabral, isso iria depender de os atores estarem de fato mobilizados e conscientes de suas possibilidades, senão a TV digital seria apenas utopia.

Havia ainda o interesse das companhias telefônicas no tema. Segundo Cruz, as telepressionavam para a adoção do sistema europeu. Elas não se envolveram muito diretamente na discussão, mas seus fornecedores, como a Siemens e a Nokia, sim (CRUZ, 2008, p. 202). Em entrevista por e-mail para esta tese em 26 de setembro de 2008, um alto executivo da Nokia Siemens Network, que não quis se identificar, explicou como foi a defesa do padrão europeu pela empresa:

Começamos a nos envolver mais profundamente em fins de 2005, quando passou a existir a perspectiva de fabricação de STBs pela Siemens em Manaus. Defendíamos o padrão DVB-T porque sempre acreditamos em padrões abertos e globais, que trazem produtos de baixo custo e boa qualidade para a maioria dos cidadãos (à semelhança do fenômeno GSM). Antevíamos todas as consequências de uma decisão privilegiando a alta definição como solução única num país pobre como o nosso (caso do ATSC e do ISDB-T), desde o custo elevado dos produtos até a manutenção do status quo competitivo no país, sem a criação de novos programas/"canais".

Naquela época ajudamos a fundar a Coalizão DVB Brasil onde diversas empresas se juntaram para defender uma mesma posição de forma bastante alinhada, assim como realizar uma proposta off-set para o Governo Brasileiro, em conjunto com a União Européia, do tipo "barba-cabelo bigode", compreendendo investimentos desde a criação das bases de uma indústria microeletrônica no Brasil até a cooperação de longo prazo para incluir a academia brasileira no circuito dos desenvolvimentos globais (não me lembro de uma proposta tão generosa como essa em qualquer outro momento das comunicações brasileiras).

1.6 Mudança de rumo no Ministério das Comunicações

Quando o ministro das Comunicações Miro Teixeira foi trocado por Eunício Oliveira não houve alteração significativa no rumo na política em relação à TV digital. Mas a posse do então senador pelo PMDB-MG Hélio Costa (ex-funcionário da Rede Globo) no cargo de ministro, em julho de 2005, mudou tudo. Hélio Costa entrou para o governo na esteira do chamado escândalo do mensalão, que veio a público a partir de maio daquele ano, ganhando força em junho. Tratou-se de um esquema de supostas mesadas pagas pelo PT, partido do governo, a parlamentares da base aliada para que apoiassem projetos de

interesse do governo federal. O escândalo ocupava boa parte do tempo e espaço dos meios de comunicação.

O presidente Lula, em pronunciamento em cadeia nacional de rádio e televisão, negou ter conhecimento do esquema. A grande imprensa, especialmente as emissoras de TV, possivelmente poderiam ter conseguido até um processo de impeachment do presidente caso centrassem esforços em duvidar da inocência dele ou decidissem investigá-la a fundo. Mas isso não foi feito, e as acusações mais duras foram direcionadas ao ministro-chefe da Casa Civil, José Dirceu, o qual perdeu o cargo. A entrada de Hélio Costa no Ministério das Comunicações e a consequente guinada da política do governo para a TV digital de uma que visava o interesse público para outra que atendia aos interesses das emissoras levantou suspeitas e até mesmo certezas (no movimento popular, na academia e entre empresas como as de telefonia e a indústria de equipamentos) de que houve uma troca de favores: as emissoras fariam um ministro que atenderia aos seus interesses, indicado pelas Organizações Globo, e elas e outros meios de comunicação ligados a elas não acusariam o presidente da República pelo mensalão. É o que demonstra, por exemplo, a declaração de Gustavo Gindre, das ONGs Intervenções e Índices:

Repara que o governo troca de ministro das Comunicações durante a crise do mensalão, logo depois da crise do mensalão, quando o governo estava muito vulnerável à pressão, especialmente à pressão da mídia, a mídia voando em cima; tinha ali um processo de reeleição do governo Lula em marcha, o governo estava vulnerável, e aí, de repente, saca-se para ministro das Comunicações um radiodifusor, alguém que tem uma trajetória ligada às Organizações Globo, que construiu a sua vida à sombra das Organizações Globo, e que hoje ainda é um dono de rádio, quer dizer, inclusive uma figura meio estranha, porque ele fiscaliza a si mesmo. Ele é dono de rádio e é o ministro que fiscaliza as rádios. E eu não tenho dúvida de que foi esse projeto político, o projeto de um acordo com a mídia na tentativa de salvar um segundo mandato do Lula que consagrou ministro das Comunicações o Hélio Costa e que, conseqüentemente, encaminhou para a TV digital o projeto que atendia aos radiodifusores, só aos radiodifusores, e mais, dentro dos radiodifusores, a um grupo de mídia, a Globo. O modelo de TV digital no Brasil é um modelo que atende aos interesses da Globo. E quais são os interesses da Globo? Que nada mude em radiodifusão. A Globo sabe que um processo de convergência, que um processo de interatividade está em marcha, e que isso é inevitável e que isso abala seriamente os seus negócios. Mas ela vai fazer o máximo possível para retardar esse processo, inclusive com sérios prejuízos para o Brasil, porque para a Globo quanto mais século XX, quanto menos interativo, quanto menos convergente for a comunicação no Brasil, melhor para ela. E o modelo de TV digital atende exclusiva e justamente este propósito da Globo²⁶.

²⁶ Entrevista em vídeo a Jocelino Pessoa, aluno do professor Ernani Ferraz na disciplina Comunicação Audiovisual da PUC-Rio, em 2 de junho de 2009.

Mal estreou no cargo e em plena vigência das pesquisas para o sistema de TV digital, o novo ministro já começou a dar entrevistas citando o modelo japonês como escolha certa do governo. Em 14 de julho de 2005, reportagem do Globo com o título “Ministro descarta padrão brasileiro de TV digital” mostra Costa recusando a possibilidade de o Brasil desenvolver seu próprio padrão de TV digital. “Segundo ele, o país pode até ter capacidade técnica para fazê-lo, mas, como o custo é muito alto, não há condições para que isso ocorra”²⁷. A escolha, de acordo como o ministro, ficaria entre os três modelos já existentes.

Reportagem da revista eletrônica Teletime de 13 de julho relatava a mesma entrevista de Hélio Costa:

O ministro repetiu que a proposta de Miro Teixeira não tinha sido bem entendida e que o Brasil não estava tentando desenvolver um padrão brasileiro de televisão digital, até porque o país não teria fôlego financeiro para implementar uma proposta deste tipo. Segundo Hélio Costa, o desenvolvimento do ATSC custou cerca de US\$ 2,8 bilhões e do ISDB-T, japonês, cerca de US\$ 3 bilhões, e “não é com menos de R\$ 100 milhões que vamos desenvolver um novo padrão”, conclui. Para o ministro o que está sendo desenvolvido é um modelo brasileiro de televisão digital com prioridade para o processo de transição analógico-digital (o conversor): “Não se pode confundir padrão com modelo. Eu até gostaria que pudéssemos desenvolver um padrão nosso, e acredito que tecnologia para isso nós temos, mas não vejo viabilidade. Já o desenvolvimento do modelo é necessário para adaptarmos a TV digital à nossa realidade”, afirmou Costa. As pesquisas em curso, contudo, envolvem um modelo de transição mas, principalmente, o desenvolvimento de tecnologia. [...]

É evidente o cuidado de Hélio Costa para não constranger o ex-ministro Miro Teixeira. Ele minimiza a guinada que está propondo na discussão de um sistema brasileiro de TV digital. Esta impressão fica mais clara quando Costa avisa que, em dois meses, vai convidar os ministros de comunicações de todos os países da América (incluindo Canadá, Estados Unidos e México, que já usam o ATSC) para discutir a questão. Costa avisa também que vai mobilizar as comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara dos Deputados e a Comissão de Educação do Senado Federal para discutir o assunto, e finalmente, que vai se reunir com os representantes dos três sistemas globais reconhecidos pela UIT. Resumindo: o processo de discussão se voltará agora para a escolha de um dos padrões internacionais.

O novo ministro não vai aguardar as conclusões dos grupos de pesquisa contratados pelo Minicom com dinheiro do Funttel. O posicionamento de Costa reforça a opinião de segmentos da área de radiodifusão, para quem a proposta do ministro Miro Teixeira não tinha consistência, e era considerada pura perda de tempo. Curiosamente, há um ponto em que o novo ministro diverge das posições oficialmente assumidas pela radiodifusão: “Certamente teremos alta definição, mas não é para agora, porque as pequenas emissoras do interior não terão condições de acompanhar o desenvolvimento do HDTV, que é muito mais caro”. Hélio Costa diz que vai aproveitar as pesquisas que já foram realizadas, mas não explicita como. Também não diz se os recursos do Funttel, que sequer chegaram aos pesquisadores nacionais, serão liberados.

²⁷ BECK, Martha. “Ministro descarta padrão brasileiro de TV digital”. In: O Globo, 14/7/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

Até o momento, o governo tem estudos elaborados principalmente pelo CPqD em relação à cadeia de valor da TV digital. Há ainda um estudo comparativo sobre os diferentes modelos adotados no mundo. As universidades em si ainda não apresentaram resultados concretos, com algumas exceções. A Anatel, por sua vez, já entregou o Plano Básico de TV digital, que está preparado para qualquer modulação que existe nos padrões internacionais²⁸.

Cruz diz que “Hélio Costa assumiu o Ministério das Comunicações em julho de 2005 como um homem com uma missão. [...] A missão de Costa no ministério foi digitalizar a radiodifusão impedindo ao máximo a entrada das operadoras de telecomunicações neste mercado” (2008, p.92-93). Ou seja, protegendo os atuais donos de emissoras.

Em sua página na internet, o perfil de Costa não cita nominalmente a TV Globo, empresa onde trabalhou por décadas, tendo sido repórter do programa “Fantástico” e criado o primeiro escritório da Globo no exterior, em Nova York, em 1973:

Hélio Costa nasceu em Barbacena, filho de um taxista e de uma operária, sendo o único dos cinco filhos que chegou à universidade. Desde cedo trabalhou para ajudar a família. Aos 15 anos torna-se locutor de rádio e aos 20 anos muda para Belo Horizonte. Trabalha de dia, estuda à noite, e acaba passando no concorrido concurso para atuar na rádio Voz da América, nos Estados Unidos. Ainda no exterior, administra a quarta maior rede de TV do mundo.

Como repórter conhece 73 países e acompanha de perto as principais transformações do mundo. Vive a experiência única de ver as dificuldades das populações de todos os continentes, muitas delas as mesmas enfrentadas no Brasil.

Depois de uma carreira de sucesso, passa se dedicar à política e aplicar a sua experiência a favor do país. Em 1986 é eleito deputado federal. Apresenta 106 emendas à Constituição Federal, a maioria em defesa dos direitos dos trabalhadores. Das propostas apresentadas, 27 foram aprovadas. Também foi vice-presidente da Comissão da Ordem Social e comandou a votação que aprovou os direitos do trabalhador²⁹.

Costa também não cita o fato de ser ou ter sido dono de emissora de rádio. Políticos como ele serem donos de emissoras está longe de ser fato raro no Brasil, conforme informa Cruz:

²⁸ “TV digital: Proposta de Hélio Costa é nova mudança de rumo”. In: Teletime News, 13/7/2005. Consultada em <http://www.teletime.com.br/13/07/2005/proposta-de-helio-costa-e-nova-mudanca-de-rumo/tt/53412/news.aspx>.

²⁹ In: <http://www.heliocosta.com/perfil.htm>. Consultado em 12/10/2010.

Um em cada dez deputados é proprietário direto de rádio ou televisão, o que é proibido pela Constituição, conforme investiga a Procuradoria da República do Distrito Federal. De 513 deputados, 50 têm emissoras, sem contar aqueles com concessões em nome de parentes ou empregados. A lista da Procuradoria não inclui os 25 senadores que são donos de empresas de rádio e TV. Quatorze são proprietários diretos e 11 indiretos. O artigo 54 da Constituição proíbe deputados e senadores, desde a posse, de serem “proprietários, controladores ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada”. O artigo seguinte prevê perda de mandato para quem desobedecer ao dispositivo. [...] Além da situação irregular perante a Constituição, os parlamentares radiodifusores também desrespeitam o artigo 180 do Regimento Interno da Câmara ao participarem da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI). O artigo impede os deputados de legislarem em causa própria, obrigando-os a se declararem impedidos de votar e a avisarem a Mesa Diretora. A presença desses parlamentares na comissão impede que sejam votadas leis que atualizem o quadro regulatório das comunicações (CRUZ, 2008, p. 23, 24 e 27).

Segundo integrantes de movimentos de defesa da democratização das comunicações, a briga maior das emissoras na definição do modelo era contra as companhias telefônicas. As emissoras temiam a adoção do modelo europeu por conta da figura do operador de rede, encarregado de transmitir o sinal, o que faria com que emissor e produtor de conteúdo se transformassem em figuras separadas neste processo. Adílson Cabral é um dos que fazem esta análise:

Com o Eunício (Oliveira, ex-ministro das Comunicações), o Conselho Consultivo, que o Miro criou pelo decreto 4901/2003, estava sendo descontinuado, embora ainda sem a política do Hélio Costa. O Eunício foi incluído pela reforma ministerial para caber o PMDB. Era um processo em construção, mas na hora de definir, resolveram colocar um orgânico da Abert, Hélio Costa. O problema da Abert não era com a sociedade civil, era com as telefônicas, porque se fosse o modelo europeu ia ter o operador de rede. Para tirar este ator de cena o modelo japonês foi providencial. Seria bom ter um operador de rede de caráter público, agenciando setores público, privado e estatal, usando a mesma torre de transmissão de forma proporcional, conforme a Constituição afirma quando fala em mútua complementaridade entre sistemas³⁰.

O temor das emissoras também ocorria por conta do poder econômico das chamadas teles. Embora não seja diretamente ligado ao setor de radiodifusão (apenas indiretamente), e sim à TV por assinatura, o presidente da Net, Francisco Valim, deu entrevista em 2006 na qual mostrava o motivo para isso:

³⁰ Entrevista concedida em Natal em 5/9/2008.

O problema não é as teles entrarem no mercado de televisão paga, mas monopolizarem o acesso ao cliente. Hoje elas já detêm mais de 90% do mercado de telefonia fixa, 95% em alguns casos - ou seja, não há concorrência. E mesmo quando se soma o mercado de telefonia, mais o mercado de celular, mais o mercado de TV paga, elas continuam tendo 80% de participação. Como elas não competem entre si, um jogador nesse jogo tem 80% das fichas. E há uma miríade de outros jogadores com os 20% restantes. Precisamos ficar muito atentos a isso, porque conceder mais poderes às teles significa lhes dar a possibilidade de chegar a 100%. É fundamental que se entenda isso. Elas não são mais uma competição, são o fim da competição³¹.

A preocupação de Valim não é infundada. Uma modificação na área de comunicação que fosse feita de forma descuidada poderia levar ao risco de o país trocar um oligopólio nacional por um estrangeiro. O problema é usar deste argumento, um risco que pode ser evitado se houver cuidado na construção de leis e regulamentações, para evitar a democratização das comunicações – encarnada na democratização do espectro de frequências e na interatividade plena.

Em 16 de setembro de 2005, matéria do Globo mostrava Costa dizendo que a definição do sistema de TV digital, inclusive regulamentação e modelo de negócios, estaria concluída até 31 de dezembro. Já o padrão tecnológico seria definido até 10 de fevereiro. Segundo Cruz (2008, p. 197), em setembro de 2005 o secretário de Serviços de Comunicação Eletrônica do Ministério das Comunicações, Joailson Ferreira, disse, durante o evento SET 2005 Broadcast & Cable, em São Paulo, que o governo tinha um “plano B” como alternativa ao trabalho dos grupos de pesquisa.

Podemos recorrer novamente a Dumas para analisar a importância dessas pesquisas para aqueles que defendiam um padrão nacional, que poderia levar ao não pagamento de royalties por tecnologias estrangeiras, à produção de equipamentos no Brasil e à possibilidade de exportá-los para o exterior, entre outros benefícios. Embora não especificamente pensando na TV digital, o raciocínio de Dumas mostra por que seria útil ao Brasil ter tecnologia própria nesta área: “A liderança tecnológica, no entanto, é a que define a condição hegemônica dos Estados e empresas, pois é por seu intermédio que se impõem os padrões gerais de reprodução e multiplicação da acumulação” (2001, p. 21).

³¹ NUCCI, João Paulo. “A virada da Net”. In: Meio e Mensagem, 9/10/2006.

Entre as tecnologias estudadas por pesquisadores brasileiros para a TV digital estava o Ginga, middleware (um tipo de software) para a interatividade, a única novidade criada no Brasil incorporada ao modelo que viria a ser escolhido para a TV digital no país. Luiz Fernando Soares, professor da PUC-Rio e cocriador do Ginga, explicou que na TV digital, além do áudio e do vídeo, há aplicações:

O Ginga é uma camada intermediária de software que facilita o desenvolvimento dessas aplicações e torna essas aplicações independentes de plataforma, se o seu aparelho é do fabricante x, do fabricante y, do fabricante z. A importância de o Brasil ter desenvolvido um software próprio é muito grande, porque essa camada é que liga a indústria de recepção - quem faz os aparelhos de televisão, os celulares, etc. - com quem vai produzir o conteúdo, os radiodifusores, produtores de conteúdo de uma forma geral. Então dominar essa tecnologia é muito importante porque ela é que vai te dar o domínio do que você vai produzir em termos de conteúdo. Então isso para o país representa muito em termos de criação de emprego de qualidade, tanto para os desenvolvedores de conteúdo quanto para a indústria de software, que vai desenvolver essas aplicações também. Só como exemplo, nesse pequeno período nasceram várias empresas de software e produtoras de conteúdo, inclusive de regiões do Brasil que a gente nunca pensava em ter empresa de software com uma quantidade de empregos de qualidade, que exigem mestres e doutores, como foi criado na Paraíba e no Rio Grande do Norte. Essa é a importância, de a gente deixar de ser simplesmente montadores de equipamentos nessa área de televisão e passe a produzir tecnologia nacional. E para os desenvolvedores de conteúdo é o domínio da tecnologia. Vai poder criar e se por acaso criar alguma coisa que você não tem suporte o país vai criar esse suporte, coisa que você não conseguiria se uma radiodifusora quisesse fazer alguma coisa num software produzido nos EUA, as pessoas nem iam dar bola para isso, não iam dar essa facilidade.

Luiz Fernando Soares explicou que o Ginga é dividido entre a parte declarativa (Ginga NCL) e a parte interativa (Ginga J):

O Ginga NCL é quando você desenvolve o seu conteúdo de TV digital baseado na linguagem NCL, que foi a linguagem desenvolvida aqui na PUC do Rio. E o Ginga J, em que se desenvolve esses aplicativos utilizando a linguagem Java. Ou seja, a grande novidade do sistema brasileiro é exatamente o Ginga NCL. O que traz essa linguagem diferente de outros sistemas? É que essa é a única linguagem no mundo que permite da forma fácil, que é a forma declarativa, desenvolver conteúdos em que você tenha sincronismo entre várias mídias sendo apresentadas, ou seja, um vídeo, uma imagem, um texto, que você permite a interação do usuário, que você permite a exibição em múltiplos dispositivos. Ou seja, vou poder estar assistindo a televisão e pegar, por exemplo, o celular, interagir com a televisão e receber parte do conteúdo na televisão e parte do conteúdo, seu, individual, no celular. Então todas essas facilidades a gente só encontra no middleware brasileiro. Então essa foi a razão pela qual o Ginga foi escolhido como padrão brasileiro e essa é a razão pela qual o Ginga se tornou recentemente padrão no ITU, ou seja, padrão internacional. [...]Você pode estar vendo um programa, um noticiário, e ter informações extras sobre aquele programa. E essas informações não necessariamente têm que aparecer na televisão, podem aparecer no seu celular. Na área de propaganda você pode estar assistindo uma novela e gostar do vestido da atriz, e pode efetuar a compra do vestido da atriz imediatamente. Falando de aplicações um pouquinho mais nobres, que são as aplicações de inclusão social, de saúde, de cultura, etc., um exemplo: recentemente a Proderj fez uma

aplicação de saúde para o governo do estado do Rio de Janeiro sobre as UPAs, você assistindo a um programa de televisão qualquer você tendo uma pessoa passando mal em casa, interagindo com a televisão ela te daria qual a UPA mais próxima da sua casa, qual atendimento que você poderia receber naquela UPA, o mapa da UPA e a marcação da sua consulta, você chegaria lá e já teria alguém te esperando. Você vai ter aplicações do tipo multicâmera, isso num jogo de futebol significaria você escolher se quer a câmera atrás de um gol, do outro gol, no meio de campo, e mais do que isso você poderia receber o som. Nós temos duas aplicações interessantes que foram desenvolvidas. Uma de uma orquestra de câmara, desenvolvida pela TV Cultura, em que você pode escolher em qual naipe você quer o foco no momento, a câmera e o som. Uma outra aplicação desenvolvida é a torcida virtual, em que você seleciona que quer sentar na Raça Rubro Negra, e eu também seleciono o mesmo local. Nós não só vamos ver o jogo da câmera focalizada dali, como vamos escutar o áudio dali, e eu vou escutar a sua voz e você vai escutar a minha como se estivéssemos ali, embora você esteja na sua casa e eu na minha. E repara que essas aplicações hoje são desenvolvidas por engenheiros, caras como eu, e nós não somos artistas. Certamente quando estiver na mão de vocês vai ser uma maravilha, eu espero³².

O Ginga foi, desde o início, um sistema aberto. O interesse maior dos pesquisadores envolvidos era oferecer aos brasileiros um modelo unificado para interagir com a sua televisão (sem que fosse preciso aprender todos os comandos novamente no caso de troca de televisor por outra marca) de fácil acesso e usabilidade, sem a necessidade de pagar royalties a desenvolvedores de outros países. Sobre este espírito escreve Gorz:

No fundo, é isso o que está em jogo no tal movimento anti-globalização. Nele se manifesta uma oposição enfática ao desmonte da coletividade, à modernização catastrófica dos países em desenvolvimento, à privatização do saber, da produção de conhecimento e do bem comum. Entre seus vários ativistas destacam-se, por sua natureza bombástica particularmente eficaz, o movimento do software livre e o “hacker”. Sua oposição é ativa na esfera mais importante para o capital: a esfera da produção, da disseminação, da socialização e da organização do saber. Eles são os “dissidentes do capitalismo digital”. A superioridade dos softwares que eles produzem comprova que a maior criatividade possível dos homens é atingida quando, livres da obrigação de tirar proveito e da disputa com a concorrência, eles podem desenvolver seu saber e suas capacidades de modo livre e cooperativo. Na práxis desses “dissidentes” distinguem-se os pressupostos de acordo com os quais as relações sociais do conhecimento poderiam ser o fundamento de uma verdadeira sociedade do saber (GORZ, 2005, p. 12).

Hélio Costa informou, de acordo com O Globo de 28 de setembro, que as primeiras transmissões de TV digital no Brasil seriam feitas durante a Copa do Mundo de 2006 nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e Belo Horizonte, e que o governo pretendia anunciar em fevereiro o padrão tecnológico do sistema digital. Em 2 de novembro, pequena nota na coluna de Ancelmo Góis informava que Hélio Costa já tinha recebido a minuta do trabalho técnico feito por um pool de universidades e laboratórios brasileiros, embora a

³² Entrevista em vídeo à aluna de Comunicação Audiovisual Renata Lobo, da PUC-Rio, em junho de 2009.

entrega oficial fosse só no dia 10 de dezembro. Matéria sobre telefonia, em 8 de novembro, também entra nesse assunto: “O ministro também disse que os grupos que participam do desenvolvimento do Sistema Brasileiro de TV Digital devem entregar seus relatórios até 10 de dezembro, e a Fundação CPqD deve apresentar as suas conclusões até o fim do ano”³³.

A luta de Hélio Costa contra o padrão nacional já havia sido deflagrada. Agora começava aquela a favor do padrão japonês. O Globo publicava em 10 de novembro matéria com o título “TV digital: país poderá adotar padrão japonês”, com declaração direta do ministro neste sentido. Hélio Costa dizia que ainda no governo Fernando Henrique Cardoso os japoneses se comprometeram a não cobrar pelo uso de ferramentas de informática, e que o Brasil poderia adotar parte do sistema de TV digital japonês. Em 6 de dezembro, porém, o jornal publicava o chamado “outro lado”, na reportagem intitulada “Cientistas pedem padrão nacional para TV digital”. A matéria citava entidades como a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), a Sociedade Brasileira de Computação (SBC) e a Sociedade Brasileira de Telecomunicações (SBrT), e dizia que elas defendiam a adoção de um programa nacional para o sistema de TV digital.

Enquanto os pesquisadores brasileiros se esforçavam na fase final das pesquisas, o ministro dava uma entrevista à imprensa dizendo que o modelo japonês já estava escolhido, os deixando perplexos. Daí para a frente, até o anúncio oficial da escolha em junho de 2006, em várias ocasiões Hélio Costa ou reportagens do jornal O Globo tentavam colocar o modelo japonês, que interessava às emissoras, como um fato consumado. Elas conseguiram seu intento com o decreto 5.820 de 29 de junho de 2006, e também que o decreto do governo estabelecesse a renovação da concessão de toda a banda de seis megahertz para os atuais concessionários por pelo menos os dez anos seguintes. Quando o CPqD, que consolidou as pesquisas brasileiras, entregou seu relatório em fevereiro daquele ano (relatório que deveria ser a base da decisão do governo, de acordo com o decreto anterior) considerando o modelo japonês o mais caro, Costa não o divulgou. Veremos, mais adiante, estes acontecimentos em detalhes.

Em 9 de dezembro de 2005 Hélio Costa anunciou que a operação comercial da TV digital no país teria início em 7 de setembro de 2006. A data foi sugerida por representantes

³³ TAVARES, Mônica. “Assinatura do telefone social será de R\$ 13,90”. In: O Globo, 8/11/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

de seis grandes redes de TV (Rede Globo, Record, SBT, Bandeirantes, Cultura e Rede TV), com quem o ministro havia se reunido, e acabaria não sendo mantida. Além disso, haveria transmissões experimentais na Copa do Mundo, de acordo com matéria do Globo do dia 10.

No ano de 2005, O Globo publicou 16 reportagens sobre TV digital, incluindo pequenas notas, e quatro matérias que citavam o assunto de forma secundária. Houve um caderno especial com sete reportagens sobre o tema.

Ortiz, ao comentar as idéias do liberalismo europeu importadas pelo Brasil no período escravista (e usando para isso a análise de Roberto Schwarz) mostra que o país usava idéias de países modernos e civilizados apenas de forma cosmética, sem as mudanças profundas que elas deveriam trazer:

[...] o que implica a adequação do liberalismo aos interesses dos grupos dominantes enquanto ideologia particular (ele serve de ornamento de civilização, mas não possui força histórica para transformar organicamente a sociedade como um todo) e simultaneamente na sua inadequação, pois como princípio humanístico não se aplica aos fundamentos da sociedade escravista (2001, p. 20).

Transposto para hoje, podemos ver que o Brasil importa a TV digital, mas as emissoras, parte do grupo dominante, só vão usar aquilo que interessa a seus interesses econômicos, e não ao interesse público.

1.7 A força das Organizações Globo

A concentração da audiência nas mãos das Organizações Globo (especialmente da TV Globo, mas não somente), propriedade da família do empresário falecido Roberto Marinho, é a chave para entender a razão de tanta influência e até mesmo imposição sobre as decisões políticas. Sintetizando a questão, político algum vai querer ser perseguido ou mesmo ignorado pelo Jornal Nacional, o principal telejornal do país. Além disso, como diversos parlamentares são também radiodifusores, eles têm interesses comuns com este grupo empresarial para defender no Congresso. As Organizações Globo controlam emissoras de TV e rádio, jornais, revistas, uma editora, canais de TV por assinatura e participam da distribuição destes canais; estão também na internet, através de sites de

notícia, entretenimento e rede social. Mas levando em conta apenas a TV aberta, Cruz (2008) afirma que já é um mercado extremamente concentrado no país:

A Rede Globo tem mais da metade da audiência e das verbas publicitárias. Essa liderança foi construída durante a ditadura militar, quando a televisão foi utilizada como instrumento de poder, e consolidada após a redemocratização, quando se cristalizou como um poder político em si mesma (CRUZ, 2008, p. 49).

Ramonet segue a mesma linha, ao tratar especificamente do poder da Globo:

Há um século, o conflito entre a imprensa e o poder é uma questão da atualidade, mas toma uma dimensão inédita hoje, porque o poder não é mais identificado só ao poder político (o qual, além disso, vê suas prerrogativas roídas pela ascensão do poder econômico e financeiro) e porque a imprensa, os meios de comunicação de massas não se encontram mais, automaticamente, em relação de dependência com o poder político; o inverso é quase sempre o caso. Pode-se até mesmo dizer que o poder está menos na ação do que na comunicação. [...] O que dizer da imprensa, da informação, que eram consideradas por tanto tempo como o ‘quarto poder’, em oposição aos três poderes tradicionais – legislativo, executivo e judiciário – definidos por Montesquieu? Quarto poder que tinha por missão cívica julgar e aferir o funcionamento dos três outros... Pode-se ainda qualificá-lo deste modo? (2001, p. 39 e 40).

Ortiz relembra que a ascensão da Globo se deu por sua ligação com o regime militar. Ele relata que a Última Hora e a TV Excelsior, embora tenham se modernizado do ponto de vista da indústria cultural, não seguiram a “regra” da indústria cultural de subordinar o político ao econômico. A Última Hora quase faliu por ser adversária da UDN e das multinacionais que dominavam o mercado publicitário na década de 50, se recuperou no governo Juscelino mas o golpe de 64 a eliminou de cena. A TV Excelsior foi perseguida pelo governo militar e acabou tendo a concessão cassada em 1969. O contrário se deu com a TV Globo:

Suas atividades iniciais também foram dificultosas devido à vinculação da empresa ao conglomerado Time-Life, o que violava claramente as leis nacionais relativas à comunicação. Roberto Marinho [...] enfrentou uma cerrada campanha das comissões parlamentares de inquérito que investigaram a intromissão dos interesses americanos nos meios de comunicação brasileiros. Porém, os contatos da TV Globo junto à área militar eram fortes, e ela pôde se beneficiar da complacência do regime que não hesitou em favorecê-la. A Globo pôde, desta forma, estabelecer uma aliança com o Estado autoritário, possibilitando que os objetivos de ‘integração nacional’ pudessem ser concretizados no domínio do sistema televisivo (ORTIZ, 2001, p. 155).

Hoje ela procura manter esta mesma relação com o governo democrático. E usa para isso o peso de ser a empresa de comunicação dominante no Brasil, capaz de acabar com a carreira de políticos. Não é objetivo desta tese fazer um histórico do início da TV Globo ou da televisão brasileira. Para isso existe bibliografia específica, da qual podemos destacar Bolaño & Brittos (2005), Freire Filho (2005 e 2004a), Sodré (1977), Ortiz (2001) e Herz (1987). A intenção aqui é demonstrar alguns pontos que marcam ou explicam a concentração de poder nas mãos de um único grupo empresarial de comunicação, na medida em que este fato foi preponderante para o jogo de forças na implantação da TV digital.

De acordo com o site Donos da Mídia, projeto elaborado pelo jornalista Daniel Herz e mantido pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom), existiam em 2010 34 redes de televisão no Brasil, com 1.511 veículos ligados a elas. O site inclui no número de veículos que cada empresa controla as emissoras geradoras e retransmissoras do sinal da rede e também as estações de rádio, jornais, revistas e operadoras de TV por assinatura.

• Rede	Veículos
•	
• <u>Globo</u>	340
• <u>SBT</u>	195
• <u>Band</u>	166
• <u>Record</u>	142
• <u>EBC</u>	95
• <u>Rede TV!</u>	84
• <u>MTV</u>	83
• <u>União</u>	66
• <u>PlayTV</u>	63
• <u>RecNews</u>	42
• <u>Cultura</u>	40
• <u>Família</u>	27
• <u>Sesc TV</u>	20
• <u>Aparecida</u>	17
• <u>CNT</u>	14
• <u>RBT</u>	14
• <u>Vida</u>	13
• <u>Canção Nova</u>	12
• <u>Gênesis</u>	11
• <u>Gospel</u>	11
• <u>Gazeta</u>	11

- RMTV **10**
- RBN **10**
- Rede Diário **7**
- MixTV **5**
- RIT TV **4**
- Mercosul **3**
- Nazaré **2**
- Séc. 21 **2**
- Shop Tour **1**
- NGT **1**

Fonte: Site Donos da Mídia. In: <http://donosdamidia.com.br/redes>. Consultado em 14/6/2010.

A revista Tela Viva, em sua edição de março de 2010, publicou um encarte sobre o mercado de televisão por assinatura em 2010, e nele também pode-se ver claramente o poder das Organizações Globo. A família Marinho detém 100% da Globo Comunicações e Participações S.A., a qual é dona de 100% da TV Globo Ltda., que é dona da Globo News e Globo Internacional. A Globo Comunicações e Participações (vamos chamar daqui por diante de GCP) tem 100% da Globosat, a qual tem 100% dos canais por assinatura Globosat HD, GNT, Multishow, Multishow HD, PFC, PFC HD, PFC Intl., Premiere Combate, Premiere Futebol Clube, SporTV e SporTV2. A Globosat tem ainda 50% dos canais Megapix; Telecines Action, Cult, HD, Light, Pipoca, Pipoca HD e Premium; dos canais Brasil e Universal Channel; 60% da PB do Brasil Entretenimento Ltda, que possui 100% dos canais For Man, Fresh!, Playboy TV Movies, Private, Shorteez, Sexy Hot, Venus, Venus XXL e Xcess.

A GCP tem também 99,97% da Distel Holding S.A., a qual tem 100% da Net Brasil e 24,8% da GB Empreendimentos e Participações S.A. A GB, a Distel e a GCP se unem em alguns empreendimentos, nos quais não fica clara, à primeira vista, o grande percentual de participação da família Marinho. Por exemplo, a Net Serviços de Comunicação S.A. (banda larga Virtua e serviço de telefonia Net Fone em parceria com a Embratel) tem apenas 2,1% de seu capital nas mãos da GCP, mas 51% são da GB e 8,3% são da Distel. A GCP tem 10,34% da Sky Brasil Serviços Ltda e a Distel tem 15,56%. Ainda segundo a revista Tela Viva, no início de 2010 a Net Serviços tinha 51% do mercado de distribuição de TV por

assinatura e 90,1% no de banda larga por cabo. A família Marinho tem também a Fundação Roberto Marinho, que é a criadora e uma das mantenedoras do canal educativo Futura.

Todo este poder sem uma regulação que o controle pode afetar o conteúdo veiculado beneficiando interesses da organização empresarial. Argemiro Ferreira, em seu artigo “As redes de TV e os senhores da aldeia global” (1991), sobre a ameaça das grandes corporações à democratização das comunicações, cita o pensamento de Noam Chomsky e Edward S. Herman de que, ao invés de refletir a opinião pública, como seria de se esperar numa democracia, a mídia sob controle das grandes corporações busca, com tal modelo, criar a opinião pública.

Neste conteúdo veiculado, obviamente, será muito difícil aparecer uma reflexão ou uma cobertura isenta sobre o que a própria mídia está fazendo ou que interesses está defendendo. Gustavo Gindre, mestre em Comunicação e Cultura, membro eleito do Comitê Gestor de Internet no Brasil e da ONG Intervozes, afirma: “A mídia não discute a mídia. A mídia no Brasil discute tudo, a gente pode até questionar como ela discute, mas mídia ela não discute. Isso é um tema tabu, está fora, por isso essas questões não aparecem nos meios de comunicação”³⁴.

Ramonet também reflete sobre mentiras veiculadas pelos meios de comunicação:

No nosso ambiente intelectual, a verdade que conta é a verdade midiática. Qual é essa verdade? Se, a propósito de um acontecimento, a imprensa, a rádio ou a televisão dizem que alguma coisa é verdadeira, será estabelecido que aquilo é verdadeiro. Mesmo que seja falso. Porque a partir de agora é verdadeiro o que o conjunto da mídia acredita como tal. Ora, o único meio de que dispõe um cidadão para verificar se uma informação é verdadeira é confrontar os discursos dos diferentes meios de comunicação. Então, se todos afirmam a mesma coisa, não resta mais do que admitir esse discurso único... (2001, p. 45)

Este império das comunicações passou por uma crise, no início dos anos 2000. Para criar a Net, primeira distribuidora de TV a cabo no Brasil, em 1991, as Organizações Globo fizeram uma dívida em dólar. Uma crise cambial a partir de 1999 fez o dólar disparar e, do lado da receita, a adesão à TV por assinatura, num país ainda com péssima distribuição de renda, foi bem aquém do desejado pela empresa. A Net passava em julho de 2002 por 15

³⁴ Entrevista em vídeo concedida a Jocelino Pessoa, aluno do professor Ernani Ferraz na disciplina Comunicação Audiovisual da PUC-Rio, em 2 de junho de 2009.

milhões de residências, mas só tinha 1,4 milhão de assinantes. Em junho de 2003, o pior momento, este número tinha caído para menos de 1,3 milhão³⁵.

A Net teve um prejuízo de R\$ 1,125 bilhão em 2002, 60% maior que em 2001. A dívida da empresa era de R\$ 1,275 bilhão. A Globopar, holding das Organizações Globo para o segmento de TV paga, decretou moratória em dezembro de 2002, mas fez um acordo com os credores em outubro de 2004. Em junho de 2004, a Globopar devia R\$ 6,009 bilhões. Desse total, a TV Globo era garantidora de R\$ 4,547 bilhões.

Cruz informa que em 2004 a TV paga estava presente apenas em 9% das residências brasileiras (contra 86% nos EUA):

Em junho de 2004 a Net anunciou a proposta final para renegociação de sua dívida de R\$ 1,5 bilhão e o acordo para entrada de um novo acionista, a mexicana Telmex, do bilionário mexicano Carlos Slim Helú. Posteriormente, a Telmex foi substituída pela sua controlada Embratel como sócia da Globo na Net. A TVA, segunda maior de TV a cabo, encerrou em 2003 um forte programa de ajuste e seu controlador, o Grupo Abril, foi a primeira empresa de mídia a atrair investidores estrangeiros, após a emenda constitucional que liberou a participação. [...] A recuperação do mercado também marcou o início do movimento de saída da Globo do mercado de distribuição de TV por assinatura, acompanhado de um fortalecimento de seu papel na venda de programação. Com a entrada da Embratel como sócia da Net, a participação da Globo no capital da empresa ficou em somente 36,9% das ações com direito a voto na companhia. A Embratel detém 62,4%. A lei determina que 51% do controle precisa estar nas mãos de investidores nacionais. Dessa forma, a Globo e a Embratel criaram a GB Empreendimentos e Participações, que tem 51% dos papéis com direito a voto da companhia. A Globo possui 51% da GB, fazendo com que, mesmo com um volume menor de ações, continue sendo considerada, juridicamente, a controladora (CRUZ, 2008, p. 44-46).

Além da entrada dos recursos do sócio estrangeiro, a situação foi melhorando também com o aumento do número de assinantes da Net (14% no primeiro semestre de 2006 em relação ao mesmo período de 2005) e o surgimento do Virtua (serviço de banda larga, que teve aumento do número de usuários de 110% no mesmo período). Além disso, os canais por assinatura passaram a exibir anúncios. A Net encerrou o primeiro semestre de 2006 com lucro líquido de R\$ 28,9 milhões, 88% acima do registrado no mesmo período de 2005 (ano em que teve lucro pela primeira vez depois da crise). Outra fonte de receita, o serviço de Voip (Net Fone, via Embratel, com oferta conjunta de serviços de vídeo, voz e dados transmitidos por um único cabo) criado em abril de 2006 atingiu em julho 49.300 usuários, quase a meta de 50 mil projetada para dezembro³⁶. Mas o número de clientes de

³⁵ NUCCI, João Paulo. “A virada da Net”. In: Meio e Mensagem, 9/10/2006.

³⁶ “Lucro da Net cresce 88% e atinge R\$ 28,9 milhões”. In: O Globo, 22/7/2006.

TV por assinatura ainda era muito pequeno em relação ao total da população: só 8,7% dos domicílios do Brasil, ou 4,228 milhões de assinantes em 2006, segundo a Anatel³⁷.

Em junho de 2009 reportagem do Globo demonstra que os problemas financeiros das Organizações Globo já eram história. A empresa era a quinta brasileira a receber grau de investimento por três agências internacionais. A matéria diz que a elevação se baseou na estabilidade das operações da Globo Comunicação e Participações S.A. desde a conclusão da reestruturação de sua dívida em 2005, sua posição de liquidez confortável e índices de proteção de dívida muito fortes; e reflete o crescimento da receita total e da receita com publicidade da Globo, que excedeu o crescimento total de publicidade de TV do Brasil nos últimos quatro trimestres. A Globo tinha 45% de participação no total da audiência média dos últimos doze meses, e 76% da programação produzidos em seus estúdios. “Além disso, o perfil de amortização de dívida é confortável, com apenas pagamentos mínimos inferiores a US\$ 1 milhão nos próximos dois anos, US\$ 43,2 milhões em 2012, US\$ 200 milhões em notas com vencimento em 2022 e seus US\$ 325 milhões em notas perpétuas”³⁸. Em dezembro, outra matéria conta que a agência classificadora de risco Fitch Ratings deu excelentes notas à Globo Comunicação e Participações, informando que a empresa tinha em caixa R\$ 1 bilhão a mais que suas dívidas e que a expansão média das receitas da empresa entre 2004 e 2008 tinha sido de 9,3% ao ano³⁹.

Na internet, as Organizações Globo têm o portal Globo.com (incluindo conteúdo da TV Globo, além de link para os outros sites da empresa, como o da rádio CBN e do canal por assinatura GNT), os sites de notícias G1 e Globo on line, além do jornal O Globo digitalizado, e a rede social O Livreiro. A empresa também tem o provedor Globo.com. O coordenador do projeto Creative Commons no Brasil, Ronaldo Lemos, que é também diretor do Centro de Tecnologia e Sociedade da Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro, afirmou que

Com a indústria de conteúdo ganhando crescente poder – a ponto de controlar os produtos e serviços que podem ser oferecidos pelas novas mídias –, cria-se nada menos que uma reserva de mercado dentro das novas mídias digitais. Uma reserva que pretende ser ocupada pela mesma indústria que viu seu apogeu no século XX. Em síntese, cria-se um mecanismo jurídico para evitar a transformação da estrutura do mercado de conteúdo. A proposta das

³⁷ “Só 8,7% têm TV a cabo”. In: O Globo, 30/8/2006.

³⁸ “Moody’s eleva o ‘rating’ da Globo para Baa3”. In: O Globo, 3/6/2009, p. 26.

³⁹ “Agência dá nota máxima à Globo Comunicação”. In: O Globo, 5/12/2009, p. 40.

empresas é manter a mesma estrutura de mercado, enquanto a produção de conteúdos passa do processo analógico para o digital (LEMOS, 2005, p. 265).

Segundo Guattari, “quaisquer que sejam as aparências que ele dê, o capital não é racional. Ele é hegemônista. Ele não harmoniza as formações sociais; acomoda pela força as disparidades sócio-econômicas. É uma operação de poder, antes de ser uma operação de lucro” (1987, p.198). Da mesma forma podemos encarar a TV Globo (as Organizações Globo). Este grupo empresarial capitalista busca o lucro, não resta a menor dúvida, e não seria de outra forma dentro do sistema capitalista, mas a busca pelo poder, pela hegemonia para exercer o poder, parecem presidir todas as suas ações.

Há também questões pontuais relativas ao exercício da hegemonia por parte das Organizações Globo. Em 2006, ao analisar a fusão entre Sky e DirecTV, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) determinou que a Sky passasse a transmitir, por três anos, os canais de conteúdo nacional antes transmitidos pela DirecTV. Mas a Sky retirou do ar a MTV em junho de 2008, alegando que o grupo Abril tinha aumentado o preço abusivamente e condicionado a negociação à transmissão de outros dois canais do grupo, Ideal e Fiz. Reportagem de leitura difícil e mal explicada no jornal O Globo da época diz, quase no final, que

Em nota, o grupo Abril reiterou acusações de que as Organizações Globo exerceriam controle sobre operadoras de TV por assinatura. Menciona o contrato social que daria à Globo “poder de veto na compra e renovação de conteúdo nacional, apesar de possuir participação minoritária na Sky”.

O diretor-geral do grupo TV da Abril, André Mantovani, afirmou que o episódio envolvendo a Sky e o corte do sinal da MTV representa “o sintoma de uma doença maior”, referindo-se à produção e distribuição de conteúdo nacional⁴⁰.

Apenas em 24 de junho de 2009 o Cade aprovou determinação para que a Sky voltasse a transmitir, em sua grade de programação, o canal MTV, do Grupo Abril, por mais um ano. O Cade ordenou também que a Sky pagasse ao Grupo Abril a mesma receita mensal fixada no contrato entre as duas empresas em 24 de maio de 2008 – que foi de R\$ 214 mil.

“Ao contrário do que alega a Sky, todas as propostas feitas pela empresa antes do corte do sinal da MTV previam sempre uma piora nas condições contratuais da Abril”, ressaltou o

⁴⁰ “Cade analisa disputa em TV fechada”. In: O Globo, 19/6/2008, p. 34.

despacho do presidente do CADE, Paulo Furquim de Azevedo. O ponto central, para ele, reside no fato de que a Sky não propôs “qualquer acordo que reproduzisse o padrão mínimo estabelecido pelo CADE”⁴¹.

A transmissão da MTV pela Sky deveria ser feita por um ano, segundo a determinação do Cade, para que se completasse o período de três anos fixado pelo Cade em maio de 2006 para todos os canais pagos de conteúdo nacional que eram transmitidos pela Direct TV antes da fusão com a Sky. O descumprimento da determinação implicaria multa diária de R\$ 10.640 pela Sky⁴².

Na TV aberta, a Globo, como as demais, tenta desesperadamente manter o modelo de negócios, mas este modelo de vender publicidade baseada na audiência tende a escorrer pelos seus dedos, porque a audiência vem caindo ao longo dos anos ao redor do mundo, e no Brasil não é diferente. Por conta disso e de um certo cansaço após décadas assistindo a comerciais, os telespectadores estão muito mais refratários à publicidade na TV, conforme explica Patriota (2009), baseada em Jaffe.

Em pesquisa realizada pelo *National Association of Broadcasters (NAB)*, em 1965, 34% dos telespectadores adultos podiam lembrar um ou mais comerciais que eles haviam visto no *break* do dia anterior. Esse índice foi reduzido para 9% em 2000, quando novamente foi realizada a pesquisa. Outro estudo realizado pela *Knowledge Networks* em 2004 apontou que 47% dos telespectadores trocam de canal ao verem TV ou porque o programa acabou ou para evitar os comerciais. Esse mesmo estudo comprovou que no *break* do horário nobre 75% das pessoas estão interagindo socialmente ou lendo, ou ainda, usando a internet (2009, p. 110-111).

O modelo de negócios das emissoras está baseado no financiamento principalmente através de anúncios e também no fato de elas serem responsáveis desde o conteúdo até a transmissão. O modelo de TV digital europeu acabaria com o controle da transmissão. Além disso, a Europa utilizou o novo sistema para implantar a multiprogramação, que também não interessa às emissoras. No modelo europeu de TV digital, a divisão do

⁴¹ “Cade determina a retomada das transmissões da MTV pela Sky”. In: Observatório do Direito à Comunicação, 25/6/2009, http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=5170, consultado em 26/3/2009.

⁴² “Cade determina que Sky volte a transmitir o canal MTV”. In: Portal Exame, 24 de Junho de 2009. <http://portalexame.abril.com.br/ae/economia/cade-determina-sky-volte-transmitir-canal-mtv-437484.shtml>, consultado em 26/3/2010.

espectro de frequências para multiplicar o número de canais abertos aumentou a possibilidade de escolha do telespectador:

Na Alemanha e no Reino Unido assiste-se a até 28 programações (“canais”) de TV “terrestre”; na Itália, até 25; na Suécia, até 8 (CNPq, 2005). Em 1993, existiam 33 programadores (“canais”) estatais na Europa e cerca de 120 programadores (“canais”) comerciais (“terrestres”, a cabo e satélite). Em 2002, crescera em apenas três o número de programadores estatais, mas o de “canais” comerciais chegara a perto de 800. Desse amplo universo, 86 “canais” (estatais ou comerciais) conseguiram, cada “canal”, índices de audiência superiores a 3% da audiência total. Ainda assim, em cada país, um pequeno grupo de 5 a 10 “canais”, entre estes os estatais, seguiu retendo mais da metade da audiência total (DANTAS, 2009, p. 295 *apud* David Graham and Associates LTD, 2005).

A Globo busca sempre se manter quase monopolista na TV, com índices de audiência e, portanto, preços de anúncios, bem acima da concorrência. Este mesmo espírito ela leva para a TV digital, ao barrar a multiplicação dos canais, e é o mesmo que fez na TV por assinatura, tornando-se dominante neste mercado. O interesse é o mesmo que havia entre os defensores do rádio comercial na década de 20, como veremos adiante nesta tese: o lucro, e também, é claro, o poder. E o governo, como defensor que deveria ser do interesse público, o que faz? Parece sucumbir às pressões e/ou seduções dos grupos empresariais de comunicação, à pressão do capital. Mota explica que em outros países não é assim.

Ao contrário do que se apregoa, políticas públicas de telecomunicações em países como a Noruega, o Canadá, a Alemanha, a Inglaterra, a França e mesmo os Estados Unidos visam limitar a abrangência e concentração de mídia para garantir a pluralidade de informações para a livre formação de opinião. Nesses países, os índices de audiência das redes privadas ou públicas não podem ultrapassar 30%. Há ainda vários outros procedimentos legais que impedem a propriedade cruzada de mídia e limitam o número de emissoras e retransmissoras de uma mesma rede. O papel das agências reguladoras é fundamental tanto para o debate público sobre evolução tecnológica como para garantir o cumprimento das leis e monitorar o conteúdo programático (2005, p. 214).

Sodré afirmava em 1977, data da publicação da primeira edição de *O monopólio da fala*, que

O processo modernizador dos tempos correntes tem servido à causa da dominação pelo consumo e da discriminação de classes pelas diferenças de poder aquisitivo, alimentada pela produção monopolística. A televisão, em sua forma, é solidária da forma de exercício de poder dessa etapa da produção econômica capitalista (1984, p. 30).

O autor mostra a dificuldade da televisão em lidar com a divisão de poder e de fala, e, embora estejamos em tempos de multiplicidade digital, as emissoras continuam trabalhando dentro do antigo padrão, tentando aumentar ao máximo o tempo em que conseguem manter seu até agora lucrativo modelo de negócios. Sodré explica ainda que a ideologia dominante é invisível, em seu funcionamento interno, para os sujeitos. E que este poder panóptico é feito de um modo de produção concentracionário e centralizador: “concentração da população em cidades e da propriedade em poucas mãos, centralização dos meios de produção e da força política e mesmo condensação da representação linguística no signo” (1984, p. 21).

Gustavo Gindre faz uma análise do poder dos radiodifusores e chega à concentração de propriedade e poder nas mãos das Organizações Globo:

A TV digital chega em que contexto? [...] Parafraseando Odorico Paraguaçu [...] – ele dizia que tinha o prafrentemente e o prastramente – o contexto do prastramente, é o de uma legislação absolutamente defasada. Se vocês acompanharem os anos 90, o mundo inteiro passou por um processo de transformação das suas leis de comunicação para dar conta de uma série de novos fenômenos que estavam sendo introduzidos na comunicação. A gente pode até questionar se essas leis são boas ou se são ruins, se elas são mais avançadas ou menos avançadas... Você tem um cenário um pouco mais avançado na Europa, um cenário muito mais conservador nos Estados Unidos, mas houve uma mudança de marco regulatório no mundo inteiro. Enquanto isso o Brasil continua com a lei que é de 1962 [...] Na prática ela é inaplicável. [...] É a única vez na história brasileira, isso já mostra o poder que os radiodifusores têm, onde uma lei foi aprovada no Congresso, ela foi para a mão do presidente da República que era o João Goulart, ele impôs 52 vetos à lei, a lei voltou para o Congresso e o Congresso derrubou 52 vetos do presidente da República. [...] Isso já mostra naquele momento, em 62, o poder que os radiodifusores tinham dentro do Congresso Nacional. Poder esse que só veio aumentando ao longo do tempo. [...] No Brasil hoje você tem um faroeste na área da radiodifusão. Como você não tem lei nenhuma, essa lei não pode ser aplicada, os radiodifusores fazem o que querem. E aí a digitalização da TV aberta está sendo introduzida no Brasil num cenário absolutamente desfavorável para qualquer organização da sociedade, porque você não tem nada, vale tudo, os radiodifusores não têm contrapartida nenhuma.

Gindre afirma que falta ao Brasil até o básico que os países capitalistas desenvolvidos já conquistaram e que, na opinião dele, não representam uma grande transformação:

[...] o básico que é cota de tela para produção nacional, cota para produção regional; a Espanha chegou ao ponto, para tentar resolver as contradições internas por conta da questão de ter várias línguas, de ter cota para produção regional em língua local, então tem produção basca, produção catalã... Os países europeus desse tamanho, o Brasil desse tamanho não tem nenhuma obrigação de produção regional, as TVs são meras retransmissoras do

conteúdo que vem do eixo Rio-São Paulo. Não tem cota para produção independente, você não tem limite de propriedade, você não tem limite de audiência. Nos Estados Unidos, o rei do liberalismo, uma emissora não pode ter mais de x% de audiência, se passar daquilo, o Estado intervém, obriga a vender parte do conglomerado de mídia. Cenários, por exemplo, como a gente vê no Rio de Janeiro, onde o maior grupo de mídia tem a terceira revista mais lida, os dois jornais mais vendidos, a TV aberta, a TV paga, o rádio AM, o rádio FM, isso não aconteceria nos Estados Unidos. [...] E aqui no Brasil isso ocorre tranquilamente, sem que inclusive isso choque no cenário político. A TV digital é introduzida nesse contexto, que por si só já é danoso. A gente deveria ter seguido o caminho que os outros países seguiram, minimamente: mudar a legislação, discutir uma legislação e, a partir da nova legislação, introduzir a TV digital. Por que? Aí tem o segundo capítulo desse contexto. Tem o atrasamento, nós não cumprimos a agenda do século XIX, que é da revolução burguesa em relação à comunicação, que é a liberdade de imprensa, não cumprimos a do século XX, que é a da conta da radiodifusão, e nós temos ao mesmo tempo que lidar com essas duas agendas perdidas e com a agenda do século XXI, que é a da convergência. A TV digital é o começo do fim daquilo que a gente concebe como televisão⁴³.

Durante a pesquisa para esta tese, procurei a TV Globo em novembro de 2008, através do projeto Globo Universidade, para uma entrevista sobre a implantação da TV digital para a tese e que poderia ser usada em um artigo acadêmico. Uma das jornalistas do projeto ofereceu uma entrevista com o assessor de planejamento da Engenharia. Diante da insistência de que eu precisaria de informações sobre produção de conteúdo, ela disse que poderia tentar outra entrevista depois para complementar. Um contato seguinte da jornalista, porém, informou que eu precisaria assinar um termo (um contrato de três páginas, em anexo no final deste trabalho), em que a TV Globo se reservava o direito de entrar na Justiça contra a autora dependendo do conteúdo do artigo, chamado “Termo de autorização e apoio à pesquisa”; colocar no artigo que a Globo apoiava a minha pesquisa; e enviar o artigo a eles antes da publicação “para anuência”. Declinei, então, da entrevista oferecida, disse à jornalista que não considerava uma simples entrevista como “apoio à pesquisa”, e expressei meu estranhamento pelo fato de uma organização que, em grande parte, deve sua existência a entrevistas com outras pessoas em suas atividades jornalísticas, fazer todas estas exigências para conceder uma. Especialmente porque não aceita este tipo de exigência por parte de seus entrevistados.

As Organizações Globo geram emprego no Brasil, especialmente no Rio de Janeiro, e produzem expressivo conteúdo nacional, parte do qual inclusive é exportado. Ela é um grupo empresarial capitalista e, como tal, busca a hegemonia. O problema é a sociedade,

⁴³ Gustavo Gindre, palestra no Erecom 2006, Encontro Regional dos Estudantes de Comunicação Sudeste, em 26 de setembro de 2006.

através de seus representantes, permitir que uma única empresa de um setor, e um setor como o de comunicação, que ocupa um lugar central no mundo atual, se torne tão poderosa a ponto de torcer a verdade quando lhe é conveniente e usar um espaço público para defender interesses próprios sem que nada lhe aconteça. É por isso que o controle social é importante para a democracia. Esta busca do lucro e do poder precisa ser regulada, controlada, para não fazer vítimas em seu caminho, sendo a principal delas o interesse público, o interesse do cidadão.

A interatividade plena na TV digital aberta, já sabemos, poderia melhorar e muito a vida de boa parte dos brasileiros. E por que a TV Globo estuda a interatividade, elogia a interatividade, mas adia o quanto pode a sua implantação? Porque este tipo de interatividade pode atrapalhar o modelo de negócios. A interatividade com um programa pode fazer com que o telespectador deixe de ver o restante do programa ou, pior, os anúncios que sustentam a programação e que virão em seguida. Se o disco rígido (hd, hard disk) do televisor ou conversor continuar gravando o programa (e os comerciais) enquanto o telespectador interage, nada garante que ele vá ver depois os anúncios. Segundo Jenkins (2009, p. 102), os usuários do TiVo, gravador digital, nos EUA, pulam os comerciais cerca de 59% do tempo em que estão assistindo televisão.

No caso dos anúncios interativos, ao gastar tempo para interagir com aquele comercial, o telespectador vai deixar de ver o anúncio seguinte e dificilmente vai vê-lo depois na gravação. Num primeiro momento, o anunciante daquele primeiro comercial pode se sentir beneficiado, mas, ao analisar a situação de forma global, percebe que, em outro momento, seu anúncio pode ser aquele prejudicado pela interatividade do anterior. O mercado (agências de publicidade, emissoras, produtoras de vídeo) está ainda perplexo com todas estas mudanças e seu impacto no modelo de negócios, e por isso é mais fácil deixar tudo como está na televisão aberta (e mesmo na por assinatura) em termos de interatividade e partir para um modelo transmídia, em que a interatividade é feita principalmente através do computador.

Reportagem da revista Tela Viva de março de 2010 mostra executivos de emissoras, inclusive da Globo, tateando nas novas possibilidades de modelos de negócios para a TV aberta, mas sem chegar ainda a qualquer possibilidade satisfatória. Para Jenkins, uma das saídas pode ser fidelizar mais os telespectadores, criar programas que tenham fãs. “A

probabilidade de os fieis prestarem atenção aos anúncios é duas vezes maior, e a de se lembrarem de categorias de produtos é duas ou três vezes maior do que a de espectadores causuais” (2009, p. 114). Restaria ainda convencer os anunciantes destas conclusões e fazer com que eles paguem por isso o suficiente para manter o modelo de negócios de pé. Por enquanto, as emissoras não parecem se sentir seguras com este tipo de saída.

CAPÍTULO 2

A IMPLANTAÇÃO DA TV DIGITAL E SUAS CONSEQUÊNCIAS NO CONTEXTO DE OUTRAS MÍDIAS DIGITAIS

Em 18 de janeiro de 2006, O Globo publica que o governo poderia anunciar naquele dia o início das negociações com os representantes do sistema japonês (ISDB) para a implantação da TV digital no Brasil. “Hoje haverá uma nova reunião ministerial sobre a implementação de TV digital. Os representantes das emissoras de TV também vão se reunir com o governo, que pretende concluir as negociações até 10 de fevereiro”⁴⁴. No dia seguinte, o jornal informa que, apesar de na véspera técnicos terem descartado o padrão americano e indicado o japonês como melhor, o governo tinha decidido reabrir negociações com representantes dos três padrões. Apenas para voltar atrás, conforme indica reportagem do dia 1º de fevereiro intitulada “TV digital: após propostas, ministro descarta EUA”. A reportagem informa ainda que Japão e UE ofereceram empréstimo e que os japoneses dariam isenção de royalties.

No dia 20 de janeiro, outra reportagem do jornal conta que o presidente da Câmara, Aldo Rebelo (PCdoB-SP) reuniria em seu gabinete deputados e assessores ligados à área de comunicação para tentar montar um projeto de lei para regular o padrão de TV digital no Brasil. A iniciativa, porém, não teve resultados práticos. Em 8 de fevereiro o jornal informa que o governo iria adiar a escolha do modelo, inicialmente marcada o dia 10, por 20 ou 30 dias. O ministro das Comunicações, Hélio Costa, disse que o motivo foi um atraso na liberação de recursos para os consórcios que estavam pesquisando a TV digital. Reportagem do dia seguinte diz que o Congresso Nacional, com apoio da indústria eletroeletrônica, queria adiar ainda mais o prazo para que a indústria fosse ouvida.

Cruz afirma que, embora a ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, não tenha se posicionado em público sobre o assunto, seu assessor especial, André Barbosa Filho, se mostrou favorável ao modelo europeu em vários eventos públicos. Mas no final de março a Casa Civil já tendia aos japoneses. Já o ministro do Desenvolvimento, Luiz Fernando

⁴⁴ “Governo discute hoje padrão de TV digital no país”. In: O Globo, 18/1/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

Furlan, segundo ele, tendia pelo padrão europeu, “por motivos industriais e de comércio exterior” (2008, p. 94).

Um grupo do governo, que um lobista de Brasília chamou de “a esquerda do PT”, preferia o padrão europeu DVB, vendo nele uma oportunidade de democratização da televisão no Brasil, reduzindo a hegemonia da Rede Globo. Foram vencidos pela posição pragmática do governo, em um ano eleitoral. Também pesou na escolha o fato de as emissoras terem se fechado em bloco em torno do padrão japonês, que, no início, tinha o apoio explícito somente da Globo (CRUZ, 2008, p. 89-90).

O relatório do CPqD⁴⁵ foi entregue ao ministro das Comunicações em 13 de fevereiro de 2006 e apontou o ISDB como o padrão mais caro para o consumidor (CRUZ, 2008). Ele propôs o modelo de referência para o SBTVD a partir de convênio assinado com o Conselho Gestor do Funttel em dezembro de 2003. O relatório informa que foi baseado nas pesquisas de 20 consórcios envolvendo 105 instituições brasileiras contratadas pela Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), que trabalharam em 18 subprojetos ao longo de 2005. A introdução do relatório diz que está descrito ali o modelo de referência que, “ao cabo das análises, se apresentou como a alternativa mais adequada ao atendimento dos objetivos estabelecidos” (p. 7), além do plano de transição do analógico para o digital. A análise não foi apenas tecnológica, mas também socioeconômica e de política regulatória, incluindo política industrial.

Foram analisadas 2,4 mil opções tecnológicas, e selecionadas algumas dezenas para estudo mais aprofundado. Para cada etapa do processo há várias alternativas de tecnologia. Os canais de retorno possíveis estudados foram por rede de radiofrequência intrabanda (por VHF ou UHF) como complemento da infraestrutura de telecomunicações, cuja cobertura no país é substancialmente menor que a do serviço de radiodifusão de sons e imagens, com quatro alternativas pré-selecionadas: DVB-RCT, CDMA-450, Wi-Fi e Wi-Max (p. 19). Uma das pesquisas econômicas do relatório estima os preços dos terminais de acesso entre R\$ 200 e R\$ 800, dependendo da sua complexidade. Com um preço de R\$ 200, após 15 anos de implantação da TV digital 90% dos domicílios brasileiros teriam tido condição de ter um terminal de acesso, sendo que a classe D teria uma cobertura de 80% e a E, de 50%.

⁴⁵ Modelo de referência: sistema brasileiro de televisão digital terrestre. Funttel – Projeto Sistema Brasileiro de Televisão Digital, OS 40539, Campinas. Consultado em: http://www.fndc.org.br/arquivos/Modelo_referencia.pdf.

Com o terminal a R\$ 600, menos de 10% de cada uma dessas classes seriam atendidos. E isso levando-se em conta que a compra seria parcelada em dez vezes.

O relatório tem como pano de fundo a preocupação com a inclusão digital, fazendo propostas que a facilitem. Em relação a modelo de negócios, o documento faz uma análise da possibilidade de variação da receita publicitária das emissoras, ressaltando que não vai apontar potencial estratégico ou estabelecer diretrizes de negócios. Nesse sentido, estima que a verba publicitária investida em TV pode subir de 60% para 70% do total com a entrada de novas características no meio televisão (p. 48), pois elas atrairiam mais telespectadores e/ou por mais tempo. A previsão era altamente otimista e, como visto, não foi confirmada. As emissoras não quiseram arriscar ter um custo mais alto com produção ou compra adicionais de conteúdo para fazer face a uma eventual multiprogramação e interatividade sem ter a certeza de que sua receita subiria a ponto de cobrir os novos custos. Ao contrário, a TV Globo, por exemplo, apostava que esta receita não subiria. Como até o momento as emissoras implementaram apenas a transmissão em alta definição e uma interatividade que é basicamente o guia de programação, também não foi possível provar empiricamente que a previsão do CPqD estava errada.

Na parte de política regulatória, o relatório recomenda a obrigação de oferta de educação à distância e serviços de governo, com o estabelecimento de um tempo mínimo para estes serviços. Nas recomendações sobre o período e forma de implantação da TV digital, em quase todas as propostas a partir de cenários diferentes a previsão de gastos pelas emissoras privadas nos primeiros cinco anos era de R\$ 800 milhões por ano, em média. E o custo para implantar canal de retorno nas áreas urbanas e rurais do Brasil, no caso de se optar pelo WiMax, foi calculado em cerca de R\$ 350 milhões.

Para que sua proposta se adequasse ao decreto de 2003 sobre a TV digital, o CPqD listou o que chamou de indicadores de sucesso. São eles a inclusão social, que era desdobrada em penetração, interatividade e quantidade de programas; a flexibilidade de modelos de exploração, que incluía oferta de serviços, número e tipos de agente e opções de modelo de exploração; e o desenvolvimento sustentável, que englobava o impacto da escolha na balança comercial, na produção nacional, na absorção de tecnologia nacional, na geração de empregos e no PIB do setor.

Sobre a multiprogramação, o relatório do CPqD afirma que ela “é vislumbrada como alternativa para veiculação de programas educativos e serviços de cidadania, classificados por meio de pesquisa de mercado como sendo atributos de alta relevância para a população” (p. 122). De acordo com o CPqD, o modelo brasileiro de TV digital deveria ter multiprogramação, interatividade com canal de retorno, mobilidade e portabilidade. Seria criada a figura, opcional, do operador de rede, liberando as emissoras dos custos com transmissores digitais. Outra recomendação é que os programas em alta definição fossem também transmitidos em definição padrão para os usuários que não pudessem comprar uma caixinha conversora de alta definição, mais cara. O relatório, porém, não dizia que o governo deveria adotar algum dos três padrões concorrentes ou criar um próprio. Apenas indicava a que considerava a melhor opção (ou mais de uma opção) tecnológica para cada uma das camadas do padrão, entre as quais estava o Ginga, e ressaltava que muita coisa ainda dependia das negociações que estavam sendo feitas em relação a royalties e investimentos no Brasil. Mas alertava que, no caso de aderir a algum padrão estrangeiro, o Brasil deveria negociar questões como a facilidade de transferência de tecnologia, participação do país na evolução das tecnologias (tendo assento nos fóruns do padrão) e a possibilidade de adequar a tecnologia às necessidades brasileiras.

Ao longo do tempo em que se debateu a implantação da TV digital, diversos seminários, congressos e palestras trataram do assunto no país. Os primeiros que pude acompanhar – em que havia basicamente profissionais de engenharia, informática e representantes das emissoras – mostravam o predomínio dos aspectos técnicos. Em todos os eventos era explicado como era a TV digital, ou seja, os modelos europeu, americano e japonês nas camadas em que se formam: a modulação, a codificação e o middleware. Os aspectos políticos entravam como uma questão secundária (quando entravam) nas palestras dos técnicos, e eram um pouco mais visíveis quando se tratava dos professores de informática da PUC-Rio, por exemplo, que defendiam a adoção do Ginga, uma invenção deles com a Universidade Federal da Paraíba para o middleware – o software que permite a interatividade.

Mais adiante, no caso das palestras dos representantes dos movimentos populares – em universidades, sindicatos, etc. – o aspecto político era o mais importante. Mas a população não estava sendo informada pelos meios de comunicação do que era a TV digital

e quais os caminhos possíveis para que cada cidadão pudesse tomar sua posição e, se quisesse, buscar influenciar os políticos para que a seguissem.

Em 16 de fevereiro de 2006, matéria com o título “Emissoras pedem TV digital com todos os recursos”, informava que representantes das emissoras de televisão tinham deixado claras para o governo as características que consideravam essenciais no padrão de TV digital: a tecnologia, defenderam, deveria permitir ao mesmo tempo alta definição (som e imagem semelhantes aos de cinema), portabilidade (TV pelo celular) e mobilidade. Nada foi falado sobre multiprogramação, o que significa que a TV não tem “todos os recursos”. Foram sonegadas ao leitor informações sobre outros recursos existentes, pelos quais o país poderia optar. Um título mais verdadeiro poderia ser “Emissoras pedem TV digital com todos os recursos que interessam a elas”.

Em março acontece uma reviravolta que surpreendeu negativamente os pesquisadores que trabalhavam no projeto brasileiro para TV digital. O jornal Folha de S. Paulo noticiou, na primeira página, que o padrão japonês já era o escolhido. “A matéria saiu no dia 8 de março de 2006 e o anúncio da decisão, esperado para dois dias depois, acabou adiado. A notícia que antecipava a escolha, muito provavelmente, teve seu peso no adiamento” (CRUZ, 2008, p. 89). Também em 8 de março matéria do Globo diz que a escolha do modelo deveria ser feita na semana seguinte. Matérias sobre quando será ou não anunciado o modelo se sucedem, entre as quais uma que diz que ministros do comitê que analisa o assunto (coordenado pela ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff) pedem prazo para fechar as negociações comerciais; outra de 29 de março dizendo que o Conselho de Desenvolvimento da TV digital entregaria seu relatório ao presidente Lula no dia seguinte; e outra, de 24 de abril, intitulada “Presidente: governo não tem pressa para decidir o padrão de TV digital”. Novamente em 25 de maio reportagem do Globo informa que o Comitê de Desenvolvimento do Sistema Brasileiro de TV Digital enviaria ao presidente Lula, na semana seguinte, a minuta de decreto instituindo o padrão a ser implantado no Brasil: “os ministros que integram o comitê reuniram-se ontem, na Casa Civil, para elaborar a proposta”.

Por sua vez, o ministro da Cultura, Gilberto Gil, disse, em março de 2006, que a questão era muito mais profunda do que a escolha de um padrão. Segundo ele, o cerne das discussões deveria ser o modelo cultural de TV digital a ser adotado pelo governo. Gil

afirmou que o padrão digital oferece mais oportunidades democráticas de participação, e também envolve oportunidades para a indústria brasileira. Reportagem de 6 de junho mostra Gil se declarando, pessoalmente, a favor do adiamento da escolha do padrão para 2007, por prudência, por causa das eleições em outubro de 2006.

Em 18 de março, reportagem do Globo mostra que os EUA voltam à disputa. O embaixador David A. Gross, coordenador de Políticas de Comunicações Internacionais e Informação do Departamento de Estado americano, negou a interrupção de negociação sobre TV digital com o Brasil e criticou as propostas da União Europeia e Japão. A Europa também continuava tentando. Em 30 de março, a coluna Gente Boa informava que o Comissário de Comércio da União Européia chegaria ao Rio na semana seguinte para fazer lobby pela adoção do padrão europeu de TV digital. Enquanto isso, era anunciado em outra reportagem, do dia 29, que ministros brasileiros iriam ao Japão e Coreia em abril para visitar fábricas. Cruz (2008, p. 90) informa que eram semelhantes os recursos de financiamento oferecidos por europeus (400 milhões de euros) e japoneses (US\$ 500 milhões) caso o Brasil optasse por seu modelo.

Ainda em 30 de março, nota na coluna de Flávia Oliveira, do Globo, diz que na Escola de Comunicação da UFRJ, no Rio, na véspera, o ministro Gilberto Gil tinha recitado para uma platéia de 300 pessoas o texto de cordel de uma autora pernambucana que continha a defesa de um modelo brasileiro para a TV digital e ofensas a seu colega de ministério. O poema trazia os versos: "Hélio Costa/ de fato somente aposta/ no monopólio privado" e "com uma conversa bosta/ só quer saber da imagem".

Antes da escolha do modelo, representantes das empresas de telefonia reunidos em uma associação (Telebrasil) e um sindicato (Sinditelebrasil Telecom) entregaram ao governo um estudo chamado "(Tele) Comunicações 2015: contribuições para o aperfeiçoamento do modelo" e uma carta:

O estudo da Telebrasil trouxe, em anexo, uma carta encaminhada ao ministro das Comunicações e aos ministros que participam do Conselho de Desenvolvimento do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), antes da decisão sobre o padrão a ser adotado no Brasil. O texto defendia a entrada das operadoras no mercado de televisão, elencando algumas demandas:

1. A possibilidade de conteúdos distintos poderem ser distribuídos através de plataformas digitais concorrentes ou alternativas.
2. A possibilidade de competição entre prestadores, detentores de distintas outorgas, em busca de melhor servir os usuários. Por exemplo:

- a) serviço de banda larga pela rede de telefonia, fixa ou móvel, ou pela rede de TV a cabo;
 - b) serviço de TV por redes para serviços de telecomunicações, fixos ou móveis, ou pelas redes de TV a cabo ou DTH;
 - c) recepção de sinais de TV digital através de aparelhos celulares disponíveis para os padrões tecnológicos adotados no Brasil.
3. O marco regulatório deve ser atualizado à luz dessas novas possibilidades de prestação de serviços num ambiente competitivo. Neste sentido, a regulamentação deve ser o menos intrusiva possível, fomentando a competição, regulando somente falhas de mercado e atuando pontualmente para que oportunidades de ganho por padronização ou escala (externalidades) sejam capturadas em benefício da prestação de serviço.
4. Um arcabouço jurídico-regulatório para o SBTVD que considere a convergência tecnológica de modo a evitar graves consequências para o desenvolvimento econômico e social do Brasil (CRUZ, 2008, p. 58-59).

Cruz destaca, neste embate, a diferença de tamanho financeiro entre emissoras de TV e telefônicas. De acordo com ele, dados do estudo citado acima mostram que a radiodifusão tem apenas 7% do faturamento total das telecomunicações no Brasil, e “a Globo, maior grupo de comunicação do Brasil, faturou US\$ 2,923 bilhões em 2006, o que representa somente 4% das receitas da espanhola Telefónica, um dos conglomerados multinacionais com quem teria que competir” (CRUZ, 2008, p. 60). Comparando com a Telemar (que depois trocou de nome para Oi), à época a maior operadora brasileira de capital nacional, o faturamento da Globo, segundo ele, foi o equivalente a 37%.

Em 5 de abril O Globo publica uma reportagem com Hélio Costa comentando que, com o atraso na decisão sobre o modelo brasileiro, ficaria difícil implantar a TV digital ainda em 2006. Mas depois disso, o jornal começa a dar como certa a escolha do modelo japonês. A primeira reportagem nesse sentido foi de 13 de abril, intitulada “TV digital: Brasil a um passo do padrão japonês”, dizendo que “os governos dos dois países assinam hoje ou amanhã um memorando de entendimento detalhando os pontos principais do uso do padrão japonês”⁴⁶. Ministros brasileiros estavam no Japão para a assinatura. No dia seguinte, outra reportagem trazia o título “Amorim: país adotará padrão de TV digital japonês”, e informava que o ministro das Relações Exteriores, Celso Amorim, e o chanceler do Japão, Taro Aso, haviam assinado um memorando nesse sentido, prevendo transferência de tecnologia para o Brasil e isenção de royalties, o qual ainda dependeria de sanção do presidente Lula. A matéria mostrava o ministro Hélio Costa afirmando que a empresa

⁴⁶ SCOFIELD JR., Gilberto. “Brasil a um passo do padrão japonês”. In: O Globo, 13/4/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

japonesa NEC se comprometera a fabricar os transmissores de TV digital no Brasil. Em 12 de maio, mais uma matéria indicava que o padrão japonês seria o escolhido.

A explicação dada por Hélio Costa para a escolha do modelo japonês sempre foi a de que era tecnicamente melhor. Para entender melhor esta postura, podemos recorrer a Boaventura Santos:

Os critérios cognitivos são os que administram certa forma de saber, mas decidir sobre o tipo de intervenção no real não é cognitivo; essa é a armadilha dos engenheiros, dos técnicos, que dizem: “Esta é a única solução técnica”. Não, é produto de um critério ético e político. É uma disputa política, e se realmente houvesse uma incompatibilidade entre ir à Lua e preservar a biodiversidade, deveríamos ter um debate global na Terra para dizer se necessitamos disto ou daquilo, aonde vai o dinheiro, qual é o reconhecimento que vamos dar a cada uma (SANTOS, 2007, p. 44).

2.1 Demandas dos movimentos sociais

A ONG Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social apenas em 2005 começou a olhar com mais atenção para o debate acerca da TV digital, de acordo com Jonas Valente, integrante da ONG desde 2003:

No final daquele ano, fizemos um primeiro caderno sobre o tema que saiu encartado na revista Caros Amigos – todos podem ser vistos no nosso site www.intervozes.org.br. Um de nossos integrantes frequentava as reuniões do Conselho Consultivo pela entidade RITS. Eu inclusive cheguei a ir em duas reuniões do Conselho como suplente desta pessoa. Elaboramos um documento em janeiro de 2006 com propostas para o modelo que seria adotado, centrando em todas as questões muito além da tecnologia. Como havia uma série de entidades envolvidas com o tema, atuamos para organizar uma iniciativa conjunta. Em abril de 2006, surgiu a Frente Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV, reunindo 39 entidades. Este Frente chegou a ter mais de 100 entidades entre organizações populares, movimentos sociais, sindicatos, entidades estudantis etc. Ficamos de abril a junho de 2006 em uma intensa mobilização para que o governo abrisse o debate da TV digital à população e não simplesmente adotasse a opção defendida pelos radiodifusores⁴⁷.

A proposta da Frente Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV era de que o governo paralisasse o processo decisório para debater a TV digital com a sociedade. As entidades participantes deveriam mobilizar a sociedade e apresentar propostas concretas para o modelo de TV digital brasileiro, a partir da ótica do interesse público e da concepção

⁴⁷ Entrevista por e-mail em 26 de setembro de 2008.

de que a mídia brasileira deveria ser urgentemente democratizada, nas palavras de Jonas Valente. A Frente deveria ainda defender o cumprimento dos objetivos dispostos no Decreto 4.901/2003, que institui o SBTVD (democratização da informação, aperfeiçoamento do uso do espectro, inclusão social, desenvolvimento da indústria nacional e processo de transição que não onere os cidadãos); defender o que chamaram de um genuíno SBTVD e reivindicar o desenvolvimento de um sistema semelhante para o rádio digital; e defender a definição de um marco regulatório que incorporasse a convergência tecnológica e regulamentasse os artigos constitucionais que tratam da área das comunicações.

Estiveram presentes na plenária, apoiando a iniciativa da criação da Frente, os deputados Ivan Valente (PSOL-SP), Walter Pinheiro (PT-BA), Jandira Feghali (PCdoB-RJ), Dr. Rosinha (PT-PR), Paulo Rubem Santiago (PT-PE), Tarcísio Zimmerman (PT-RS) e Júlio Semeghini (PSDB-SP). As entidades integrantes da Frente pediram ao governo federal que os documentos do CPqD fossem colocados em consulta pública, que houvesse audiências públicas sobre o tema em Brasília e em capitais brasileiras e que fosse reativado o Comitê Consultivo do SBTVD. Além disso, queriam uma campanha nacional de esclarecimento da população sobre o assunto na grande mídia, conforme dizia a carta de lançamento da Frente.

As decisões em curso podem ajudar o País a se desenvolver sob a égide do interesse público e promover a democratização das comunicações brasileiras. Mas também podem aprofundar os erros históricos cometidos na formação dos sistemas e mercados de radiodifusão no Brasil, com o acirramento de nossa dependência econômica em relação aos países mais ricos e produtores de tecnologia e conteúdo, além da continuidade do processo de concentração da mídia, com a falência do modelo de financiamento do setor e com a ausência de mecanismos de escoamento das produções audiovisuais independentes, locais e regionais. Ou seja, com a continuidade da prevalência dos interesses patrimonialistas e cartorialistas que sempre permearam as relações do Estado brasileiro com os grupos comerciais em detrimento dos interesses da população. [...] Acreditamos que uma definição criteriosa, que conte com a participação dos diversos setores envolvidos no processo fará com que o Brasil tenha reais condições de desenvolver um sistema de comunicações que seja plural, diverso e verdadeiramente democrático. Uma decisão apressada e pouco transparente só beneficiará os grupos privados criando uma situação "de fato" que poderá inviabilizar a inclusão de milhões de cidadãos e cidadãs hoje excluídos do processo de produção e distribuição de informação e de conteúdos audiovisuais⁴⁸.

⁴⁸ Trecho da carta de lançamento da Frente Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV.

As entidades participantes da Frente eram a Abong – Associação Brasileira de ONGs, Abraço – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária, ABCCOM – Associação Brasileira de Canais Comunitários, ABCTEL – Associação Brasileira dos Consumidores de Telecomunicações, ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária, Amarc – Associação Mundial de Rádios Comunitárias, AMP – Articulação Musical de Pernambuco, Aneate – Associação Nacional de Técnicos em Artes e Espetáculos Associação, Software Livre.org, Campanha "Quem Financia a Baixaria é Contra a Cidadania", CBC – Congresso Brasileiro de Cinema, CCLF – Centro de Cultura Luiz Freire, Central de Movimentos Populares do Rio Grande do Sul, Comunicativistas, CFP – Conselho Federal de Psicologia, Confea – Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia, CRIS-Brasil – Articulação Nacional pelo Direito à Comunicação, CUT – Central Única dos Trabalhadores, Enecos – Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social, Farc – Federação das Associações de Radiodifusão Comunitária do Rio de Janeiro, Fenaj – Federação Nacional dos Jornalistas, Fitert – Federação Interestadual dos Trabalhadores em Radiodifusão e Televisão, Fittel – Federação Interestadual dos Trabalhadores em Telecomunicações, FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, FNPJ – Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo, Fopecom – Fórum Pernambucano de Comunicação, Inesc – Instituto de Estudos Sócio-Econômicos, Intervozes – Coletivo Brasil e Comunicação Social, Instituto de Mídia Étnica, MNDH – Movimento Nacional de Direitos Humanos, Sindicato dos Jornalistas do DF, Sindicato dos Jornalistas de PE, Sindicato dos Jornalistas do RS, Sindicato dos Radialistas do DF, Sinos SintPq – Sindicato dos Trabalhadores em Pesquisa, Ciência e Tecnologia de São Paulo, STIC - Sindicato Interestadual dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e Audiovisual, TV Comunitária de Brasília Ventilador Cultural.

Enquanto isso, a União Europeia não se dava por vencida e em abril fez mais uma ofensiva através de carta enviada ao presidente Lula pelo presidente francês Jacques Chirac, de acordo com matéria do Globo do dia 20 de abril. Em 27 de abril, outra reportagem informava que o presidente da Comissão Europeia, José Manuel Durão Barroso, faria uma visita oficial ao Brasil na semana seguinte e a TV digital seria um dos principais temas da sua reunião com o presidente Luiz Inácio Lula da Silva no dia 31. Após

o encontro entre Lula e Barroso, O Globo publica que o vazamento da informação, divulgada pelo mesmo jornal na véspera, de que o governo brasileiro já tinha agendando a vinda de autoridades japonesas para a solenidade de anúncio da escolha do padrão de TV digital (que seria antes da Copa do Mundo), não tinha agradado aos europeus. A matéria informava que “o convite aos japoneses foi confirmado pelo ministro das Comunicações, Hélio Costa. Até então, os europeus disputavam com os japoneses a preferência do Brasil por seu padrão digital”. Em 6 de junho O Globo informa que a Coalizão DVB, responsável pelo padrão europeu de TV digital, lançara o Sistema Euro-Latino-Americano e Caribenho de TV Digital (DVB-LAC).

Claudia de Abreu, da ONG ComunicAtivistas, conta que estava marcada para 16 de maio uma exposição no Congresso Nacional com todos os padrões que existiam á época para que os parlamentares pudessem conhecê-los em detalhes.

Então iam ter alguns estandes para os parlamentares conhecerem todas as possibilidades de padrão tecnológico, ia ter o padrão japonês para demonstração, o padrão americano, o europeu, e nós, brasileiros também com um estande. Tudo pronto, ia ser a primeira exibição pública do padrão brasileiro, e foi suspenso. Depois soube-se que foi a pedido do Hélio Costa que a Anatel suspendeu essa exibição, num caso explícito de que o ministro não queria que os parlamentares e a sociedade brasileira conhecessem a possibilidade real do padrão brasileiro. Então eu acho que foi muito sério. Infelizmente isso foi muito pouco divulgado, mas até dentro do Congresso Nacional isso aconteceu, esse boicote explícito do ministro das Comunicações⁴⁹.

No dia seguinte a este encontro desmarcado no Congresso, O Globo publica que o ministro Hélio Costa defendia rapidez na definição do padrão, e que ele entendia que outras discussões inerentes ao tema deveriam acontecer no Congresso após esta decisão, como a adequação dos canais públicos nacionais destinados à educação e à cultura. A sucessão de reportagens antecipando a escolha do padrão japonês continuou: “Padrão de TV digital será anunciado dia 29, com a presença de japoneses”, em 8 de junho; “Governo quer TV digital com padrão japonês além de tecnologia nacional”, em 20 de junho; “Brasil pode ajudar em padrão digital japonês”, em 21 de junho; “Brasil deve adotar padrão japonês de TV digital”, em 24 de junho; “Governo assina dia 29 padrão japonês de TV digital com inovações brasileiras”, em 27 de junho; além de outras que tratavam de outra questão sobre TV digital e apenas citavam a questão de o padrão escolhido ser o japonês.

⁴⁹ Palestra no Encontro Regional dos Estudantes de Comunicação, Erecom Sudeste, em 26 de setembro de 2006.

2.2 O decreto 5.820/2006

Em 29 de junho de 2006 o presidente Luís Inácio Lula da Silva assinou o Decreto Presidencial 5.820, que prevê a implantação da TV digital aberta. O decreto dispõe que o SBTVD-T (Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre, conjunto de padrões tecnológicos a serem adotados para transmissão e recepção de sinais digitais terrestres de radiodifusão de sons e imagens) adote, como base, o padrão de sinais do ISDB-T (*Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial* – Serviços Integrados de Radiodifusão Digital Terrestre, o padrão japonês) incorporando as inovações tecnológicas aprovadas pelo Comitê de Desenvolvimento. Este comitê passa a ser o responsável por fixar as diretrizes para elaboração das especificações técnicas a ser adotadas no SBTVD-T, inclusive para reconhecimento dos organismos internacionais competentes. Além disso, deveria promover a criação de um Fórum do SBTVD-T para assessorá-lo acerca de políticas e assuntos técnicos referentes à aprovação de inovações tecnológicas, especificações, desenvolvimento e implantação do SBTVD-T.

O Fórum do SBTVD-T seria composto, entre outros, por representantes do setor de radiodifusão, do setor industrial e da comunidade científica e tecnológica. De acordo com o decreto, o SBTVD-T possibilitaria a transmissão digital em alta definição (HDTV) e em definição padrão (SDTV); transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil; e interatividade. A multiprogramação não é citada.

O decreto determinou também que seria consignado, às concessionárias e autorizadas de serviço de radiodifusão de sons e imagens, para cada canal outorgado, canal de radiofrequência com largura de banda de seis megahertz, a fim de permitir a transição para a tecnologia digital sem interrupção da transmissão de sinais analógicos. Em sete anos, todos deveriam ter iniciado as transmissões digitais. Ficou determinado que o período de transição do sistema de transmissão analógica para o SBTVD-T será de dez anos, contados a partir da publicação do decreto, quando a transmissão analógica terminará e os canais usados para este fim serão devolvidos à União.

Foi definido pelo decreto que o Ministério das Comunicações deveria consignar, nos municípios contemplados no PBTVD e nos limites nele estabelecidos, pelo menos quatro canais digitais com 6 MHz cada para a exploração direta pela União Federal. Seriam






os canais do Poder Executivo, para transmissão de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos do Poder Executivo; Canal de Educação, para transmissão destinada ao desenvolvimento e aprimoramento, entre outros, do ensino à distância de alunos e capacitação de professores; Canal de Cultura, para transmissão destinada a produções culturais e regionais; e Canal de Cidadania, para transmissão de programações das comunidades locais, bem como para divulgação de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos dos poderes públicos federal, estadual e municipal. O Canal de Cidadania, de acordo com o decreto, também poderia oferecer aplicações de serviços públicos de governo eletrônico no âmbito federal, estadual e municipal.

No dia seguinte, O Globo vai tratar da assinatura do decreto, mas também da cerimônia de assinatura do acordo com os japoneses e das entrevistas feitas no local. Com o título “Copa do Mundo ‘contamina’ solenidade no Planalto”, uma das matérias dizia que tanto o presidente Lula e o ministro Hélio Costa quanto o ministro das Comunicações do Japão, Heizo Takenaka, recorreram a metáforas de futebol durante o anúncio do novo padrão de TV. Outra reportagem diz que, segundo a indústria, o conversor mais barato deveria custar R\$ 400 e a ministra Dilma Rousseff afirmara que cogitava “toda a desoneração fiscal necessária” para o preço ser acessível, além de linhas de crédito. E, de acordo com outra matéria, o modelo de negócios definiria o uso de recursos como a interatividade. Ou, seja, o mercado, e não uma regulação do governo ou Congresso, representantes do público, definiria se a interatividade seria plena ou apenas local. O interesse público deveria ser subordinado ao modelo de negócios que permitisse manter ou ampliar o lucro das empresas de comunicação.

Na próxima página, um quadro mostra diferenças técnicas entre o chamado padrão nipo-brasileiro de TV digital e o japonês, o americano e o europeu⁵⁰.

⁵⁰ Este quadro fez parte de uma apresentação do superintendente de Comunicação de Massa da Anatel, Ara Apkar Minassian, aos alunos de Comunicação Audiovisual da PUC-Rio em setembro de 2008.

- Padrões de Sistemas Digitais

					
Sistema	ATSC	DVB-T	ISDB-T	SBTVD-T	
Middleware	Base	MHP	ARIB	GINGA	
Compressão de áudio	Dobly AC3	MPEG2 AAC	MPEG2 BC	MPEG4 AAC	
Compressão de vídeo	MPEG2 HDTV	MPEG2 SDTV	MPEG2 HDTV	MPEG4 HDTV	
Transporte	MPEG2	MPEG2	MPEG2	MPEG2	
Modulação	8VSB	COFDM	COFDM (BST)	COFDM (BST)	

Rio de Janeiro, 23 de setembro de 2008

Ao longo de 2006, antes e depois do anúncio do padrão de TV digital brasileiro, o jornal O Globo veiculou uma espécie de novela, tendo como protagonista a implantação de uma fábrica de semicondutores no Brasil como parte do acordo com os japoneses para a escolha do padrão. Vinte e cinco reportagens do Globo naquele ano tratam da fábrica e sete delas tratam do tema já no título. As matérias começavam dizendo que o governo estava negociando com os representantes do modelo japonês a instalação de uma fábrica de semicondutores no país, que poderia ser da Sony, NEC, Sharp ou Semp Toshiba. Num momento parecia que a fábrica era dada como certa, noutro as reportagens diziam que os japoneses nada garantiam. Enquanto isso, a União Europeia fazia sua própria proposta de implantação da fábrica, através da empresa franco-italiana ST Microelectronics. O ministro do Desenvolvimento, Fernando Furlan, falava da escolha do padrão como trunfo para atrair uma fábrica de componentes eletrônicos. O ministro Hélio Costa rebatia a versão europeia de que a tecnologia japonesa faria o Brasil ficar isolado internacionalmente (por ser adotada apenas no Japão), e já dava detalhes sobre a fábrica de semicondutores, como o de que exigiria investimento de US\$ 500 milhões e faria chips destinados a televisores, fogões, dvds e outros aparelhos eletrônicos. Porém, o memorando assinado pelo ministro das Relações Exteriores, Celso Amorim, com o Japão, em 13 de abril, dizia que “o governo

japonês colaborará com o governo brasileiro na elaboração, pelo governo brasileiro, de um plano estratégico com o objetivo de desenvolver a indústria de semicondutores no Brasil” e que “valoriza as empresas japonesas que cooperem nos vários estudos para a modernização das indústrias relacionadas *a serem feitos pelo Brasil e estudem a possibilidade* de investimentos futuros na indústria eletroeletrônica, incluindo a indústria de semicondutores”. O acordo assinado com os japoneses no dia do anúncio do padrão também não avançou nesse sentido (CRUZ, 2008, p. 88-89, grifo meu).

Uma das reportagens do Globo, de 28 de junho de 2006, colocava o presidente Lula tratando a fábrica como uma exigência para decidir pelo padrão japonês. Delegações de japoneses vieram ao Brasil negociar e falou-se em investimento do BNDES para a fábrica. De acordo com uma reportagem de 16 de agosto, o governo discutia também incentivos fiscais para atraí-la. O ministro da Fazenda, Guido Mantega, disse que entre os benefícios estariam a redução de praticamente todos os tributos federais do setor por cerca de 11 anos – ou seja, decidiu-se pelo padrão japonês sem garantir esta contrapartida que havia sido dada como certa, e depois o governo precisou recorrer a incentivos para tentar trazer a fábrica. Mais à frente o governo começou a dizer que só tomaria uma decisão sobre os incentivos após as eleições.

No meio do ano ainda começou uma disputa sobre se os conversores (set top boxes), ou mesmo televisores digitais, deveriam ser fabricados na Zona Franca de Manaus ou fora dela. Depois o governo optou por dar às indústrias da Zona Franca a reserva de mercado para a fabricação, através de desonerações tributárias, para logo em seguida voltar atrás, por pressão de outros estados no período pré-eleitoral, e mudar de ideia de novo em dezembro.

A fábrica de semicondutores foi um assunto tratado pelo governo e pelo jornal O Globo como uma grande vantagem na escolha do modelo japonês. Mas, segundo Cruz, esta hipótese era remota, uma vez que desde o estouro da bolha da internet em 2000 sobrava capacidade produtiva no mundo, “e os projetos de semicondutores são sempre globais” (2008, p. 140). Além disso, os fabricantes estrangeiros não eram atraídos para cá por conta da “logística deficiente, aduana lenta e que entra em greve todo ano, impostos nas alturas, indústria eletroeletrônica com pouco desenvolvimento local de produtos” (p. 141).

Mas a inexistente fábrica de semicondutores não foi a única contrapartida nas negociações entre Brasil e Japão. Em 3 de fevereiro, reportagem do Globo mostrava que os

japoneses ofereceram crédito para custear toda a demanda de investimentos para a implantação do seu sistema. Cruz afirmou que a decisão sobre o padrão de TV digital foi uma vitória do poder político das emissoras de televisão sobre o poder econômico das empresas de telecomunicações.

Pela primeira vez, as grandes redes de TV se viram em posição fragilizada, com sua hegemonia ameaçada pela globalização e pela convergência. Uma vez mais venceram a parada, lançando mão da força política em um ano eleitoral e adiando por algum tempo a invasão de seu mercado (2008, p. 15).

Ele comentou também que, embora o governo brasileiro tenha colocado a fábrica de semicondutores como pré-requisito para a escolha do padrão, o acordo com o Japão não garantiu a fábrica, e o documento assinado no dia do anúncio da escolha, chamado “Termos de implementação”, diz apenas que o governo japonês “cooperará com o Governo do Brasil na elaboração, por parte de Brasil, de um plano estratégico para o desenvolvimento da indústria de semicondutores, com vistas a investimentos japoneses no Brasil”. Com os empresários japoneses foi firmada uma “Declaração de Intenções” dizendo que “as empresas de eletrônicos cooperarão com a pesquisa conduzida pelo lado brasileiro sobre a modernização das indústrias relacionadas e envidarão esforços para acelerar o estudo sobre a possibilidade de investimento futuro na área da indústria eletrônica, incluindo a de semicondutores” (p. 88). Mais vago, impossível. Para Cruz, o padrão japonês – apesar de mais avançado tecnologicamente, posto que é mais novo – é o que traz menos vantagens para a indústria local e o comércio exterior.

As inovações brasileiras se limitaram ao Giga e ao uso do MPEG-4 (ou H.264) para compressão de vídeo. Cruz (2008) conta que um grupo liderado pela Universidade Mackenzie aperfeiçoou o sistema de modulação (que protege o sinal transmitido) japonês com uma tecnologia chamada Turbo Code, aumentando o alcance das transmissões e prometendo acabar com a imagem ruim. Mas os japoneses “argumentaram não haver soluções de mercado, em um único chip, para o sistema modificado”, e não permitiram que a proposta fosse implantada (p. 125-126). Para Cruz, a decisão pelo sistema japonês foi política, embora o governo insistisse em dizer que era técnica:

Se fosse uma questão estritamente técnica, o governo poderia ter adotado o padrão japonês em 2000. Ou poderia ter optado pelo resultado da pesquisa brasileira, que buscou combinar

o melhor das tecnologias internacionais tendo em vista as características do mercado brasileiro. O ex-ministro Miro Teixeira havia falado em comparar o SBTVD com os sistemas internacionais, antes de uma decisão. A comparação nunca aconteceu. Os americanos e europeus também sugeriram fazer nova rodada de testes das tecnologias internacionais, alegando melhorias desde 2000, quando o Mackenzie realizou a comparação. Os novos testes também não foram feitos.

Como os japoneses não garantiram a fábrica de semicondutores (que nenhum outro grupo garantiria), também não pode ser dito que os critérios foram econômicos. Do ponto de vista das exportações, o melhor padrão seria o americano, pois permitiria um sistema único nas Américas. Hoje o Brasil exporta televisores principalmente para a América do Sul. Uma parte também vai para os Estados Unidos, que não têm mais indústria local de aparelhos, importando principalmente do México e de países asiáticos, como a China. As empresas brasileiras poderiam brigar por esse mercado. Do ponto de vista do preço ao consumidor, o melhor padrão seria o europeu, conforme mostrou o estudo do CPqD (2006).

[...] A preferência explícita pelo padrão japonês, que levou Costa inclusive a tratar mal uma representante da União Européia em visita ao Brasil, colocou dúvida sobre toda a negociação que se seguiu. Em abril de 2006, o governo assinou um memorando de entendimento com o Japão, e se recusou a assinar um documento equivalente com os europeus, apesar de garantir que ainda não havia decidido (CRUZ, 2008, p. 199).

Claudia Abreu, integrante da ONG ComunicAtivistas, comentou, na época, que o trabalho dos pesquisadores brasileiros “pode ir para o lixo”:

Esse processo unificou pesquisadores de várias universidades, centros de pesquisa, com o intuito de cumprir o decreto, todas as obrigações que estavam colocadas nele: inclusão social, expansão da tecnologia nacional, pesquisa nesse setor.

E ao final do processo que durou pouco mais de dois anos, se deveria (imagina-se) incorporar tudo o que foi criado dentro do Sistema Brasileiro de TV Digital, ou seja, pelos pesquisadores brasileiros.

Mas não foi isso que aconteceu. Foram mais de 80 [...] possíveis patentes, inovações tecnológicas, criadas pelos pesquisadores brasileiros.

E tudo isso pode ir para o lixo, porque com essa decisão do governo, com a base do padrão sendo japonês, várias dessas inovações nem têm como ser incorporadas. [...]

E começou o fim desse brilhante projeto do Sistema Brasileiro de TV Digital com a entrada do Hélio Costa no ministério. Porque até então o processo, ainda que nem tão estimulado pelo governo, estava andando. Mesmo na época em que Eunício era o ministro, um representante do empresariado, ele não interferiu nesse processo, as coisas continuaram a andar, as pesquisas, o Conselho Consultivo tinha alguma dificuldade de se reunir, mas se reunia... Só que quando o Hélio Costa entrou ele já entrou com o objetivo de acabar com esse processo e favorecer a empresa em que ele trabalhou e que certamente ainda presta serviço que é a Rede Globo.

[...] O que aconteceu após a entrada do Hélio Costa foi o esvaziamento total do Conselho Consultivo, que era formado pela sociedade civil, pesquisadores, para analisar justamente esse processo de pesquisa, as inovações tecnológicas que estavam sendo criadas. A última reunião do Conselho Consultivo na realidade nem aconteceu, ou até aconteceu, mas foi auto-convocada, o governo sequer participou da reunião final que deveria analisar o relatório com todas essas pesquisas. O governo não compareceu. E acho que a própria data foi muito bem escolhida: foi no meio da Copa. Eu acho que qualquer decisão fundamental para o Brasil tomada no meio da Copa é para todo mundo desconfiar⁵¹.

⁵¹ Palestra no Encontro Regional dos Estudantes de Comunicação, Erecom Sudeste, em 26 de setembro de 2006.

Cruz lamenta que a indústria instalada no Brasil não tenha sido convidada para tomar parte mais ativa no processo de definição do sistema. Ele cita como exemplo de boa estratégia a Coreia do Sul, “que importou o sistema americano, tendo em vista as oportunidades de exportação de aparelhos, e criou um fundo para o desenvolvimento da próxima geração tecnológica” (2008, p. 150).

Podemos relacionar o pensamento de Dupas à escolha do modelo japonês e à defesa do governo de que foi uma escolha técnica:

De modo geral [...] o Estado atual contém e expressa, principalmente, os interesses das categorias dominantes da economia global, a saber, daquelas que controlam o capital. [...] A inexorabilidade do progresso técnico e da neutralidade dos cientistas é um sofisma extremamente funcional para o processo de acumulação de capital. [...] Para evoluir nesta reflexão é preciso aprofundar o complexo tema de legitimidade das conquistas da tecnologia da informação *vis-à-vis* os justos fins da vida moral e política (DUPAS, 2001, p. 103, 110 e 120).

Gorz também acredita que o saber científico dominante forneceu à técnica condições para exercer um domínio sobre os homens, e que “a ciência desde sempre esteve intimamente ligada ao capital” (2005, p. 12).

Gustavo Gindre, mestre em Comunicação e Cultura, membro eleito do Comitê Gestor de Internet no Brasil e da ONG Intervozes, é crítico da forma como foi feita a escolha pelo modelo japonês:

O problema da escolha da tecnologia japonesa é menos a tecnologia japonesa em si, poderia até ter sido ela, mas muito mais a forma de acordo que o Brasil teve com o Japão. Uma forma subordinada, absolutamente dependente; é uma farsa essa história de modelo nipo-brasileiro, não tem, talvez venha a ter o Ginga, que é o desenvolvimento aqui da PUC do Rio de Janeiro, no interior do sistema de TV digital brasileiro, mas por enquanto nem isso tem, então tudo quanto é tecnologia que está lá não é brasileira, é uma farsa essa história. Agora, além disso, além da escolha do modelo japonês, que tem implicações seríssimas na política industrial brasileira, no desenvolvimento de ciência e tecnologia, em outras questões que independem do modelo tecnológico – poderia ter sido japonês, europeu, o que quer que seja, que daria na mesma – o grande debate era: para que serve TV digital? Democratizar a TV ou mantê-la como ela é hoje, um feudo de poucos? E isso era uma questão que independia da tecnologia, mas infelizmente essa questão, principalmente essa, jamais veio a público. Multiprogramação pode acontecer no modelo japonês, no europeu e até, de uma forma não tão avançada, no norte-americano. É por isso que eu digo que a escolha do modelo japonês ela é ruim para o desenvolvimento de ciência e tecnologia e para a produção industrial brasileira, mas ela é relativamente indiferente para o projeto político que se teria para a

televisão. Aí é um outro debate. É que o Brasil fez duas besteiras ao mesmo tempo, então parece que foi uma besteira só, mas foram duas. Uma, a escolha da tecnologia japonesa; e a outra, a forma como essa tecnologia será empregada na televisão. A gente poderia ter escolhido a tecnologia japonesa, ou europeia ou o que quer que seja, e ter uma TV democrática. Mas não fizemos. Então nós fizemos duas besteiras: uma na área de política industrial e a outra na área da democratização da comunicação⁵².

A partir desse momento, a expectativa que o movimento popular e todos os que lutavam pela democratização das comunicações ainda tinham era o chamado marco regulatório: as regras, que deveriam ser debatidas no Congresso, regulando a TV digital. Esta regulação, porém, não foi feita.

O Ministério das Comunicações definiu que São Paulo seria a primeira cidade com TV digital, por causa do número de habitantes. O Rio de Janeiro e mais seis ou sete capitais teriam a TV seis a 12 meses depois. O prazo máximo para início em São Paulo pelas emissoras deveria ser o início de 2008. O Ministro Hélio Costa disse que o Ministério da Fazenda preparava um pacote com redução de impostos para compra de equipamentos sem similar no Brasil, como transmissores de alta potência. Segundo ele, a NEC já havia demonstrado interesse em instalar uma fábrica desses equipamentos aqui. O governo criou a Câmara Executiva do Comitê de Desenvolvimento do SBTVD para tentar acelerar a implantação do serviço. A Câmara tinha representantes do setor industrial, de software, de radiodifusão (redes de TV) e dois pesquisadores: Sérgio Bampi e Luiz Fernando Gomes Soares⁵³.

Mesmo depois do anúncio do modelo, a escolha do padrão japonês como base para o brasileiro continuou sendo motivo de polêmica. Marcos Dantas, pesquisador acadêmico e funcionário do Ministério das Comunicações na época em que Miro Teixeira era ministro, aponta uma razão para esta escolha:

A solução adotada pelo Brasil – o sistema ISDB – revelava-se a única que pode atender, de fato, às necessidades de sobrevivência da TV aberta, sem alterar-lhe substancialmente o perfil. Ela fora concebida por uma poderosa emissora de TV “terrestre” – aliás, “pública” – para permitir a esta e outras emissoras abertas japonesas defenderem-se da corrosão de seus mercados domiciliares pela TV paga e outras NTICs. O sistema, no seu próprio nome, aponta para um processo de convergência empresarial-tecnológica que possa se originar da

⁵² Entrevista em vídeo a Jocelino Pessoa, aluno do professor Ernani Ferraz na disciplina Comunicação Audiovisual da PUC-Rio, em 2 de junho de 2009.

⁵³ TAVARES, Mônica. “Rio terá TV digital de 6 a 12 meses depois da implantação em São Paulo”. In: O Globo, 10/8/06, pg 37.

radiodifusão, logo se adaptando aos seus interesses e ritmos. Permite, se desejável, fragmentar a banda de frequências com mais eficiência que o DVB, bem como levar diretamente o sinal para receptores portáteis (leiam-se “celulares”) sem a intermediação das operadoras de telecomunicações. Na disputa mundial pelo mercado brasileiro, ganharam, com apoio da ABERT, o centro de pesquisa da NHK, a Sony, a Sharp; perderam a Nokia, a Ericsson, a Telefônica espanhola (DANTAS, 2009).

As razões para a escolha do modelo japonês também ficam claras em Machado (2009):

Os magnatas e altos empresários da televisão optaram pela alta definição e exerceram todas as pressões possíveis nesse sentido durante o processo de discussão do modelo de TV digital a ser adotado pelo Brasil, mas tudo isso porque essa opção lhes garante o controle exclusivo do mercado televisivo e, por tabela, o acesso exclusivo ao bolo publicitário. Se a televisão se torna cara, tecnologicamente complexa e de difícil realização, isso afugenta todos aqueles independentes que querem buscar um espaço nela, como é o caso daqueles que batalham por televisões comunitárias, universitárias, locais e regionais, de rua, especializadas, segmentadas etc. [...] Por sorte, outras opções de televisão estão nascendo, todas elas muito baratas, como é o caso das web-TVs (MACHADO, 2009, p. 229).

Médola (2009) vai pela mesma linha:

A opção tecnológica pela imagem em HDTV é motivada por interesses econômicos. Inicialmente, parte da programação das emissoras de canal aberto deverá ser produzida em imagens de alta definição com o evidente propósito de ocupar todo o espectro de frequência e manter o domínio atual dos grupos hegemônicos de radiodifusores que operam na plataforma analógica, com transmissão terrestre e gratuita (MÉDOLA, 2009, p. 253).

O Informativo Intervozes de novembro de 2007 lembra que o decreto foi editado durante a Copa do Mundo da Alemanha. E diz que, de uma só vez, foram cometidas diversas ilegalidades que poderiam comprometer o futuro da televisão:

No inciso XII do artigo 49 da Constituição Federal podemos ver que é atribuição exclusiva do Congresso Nacional a apreciação de atos de concessão e de renovação de rádios e TVs. Ou seja, o Executivo precisa enviar a proposta ao Congresso Nacional, que deve obrigatoriamente se manifestar a respeito. Mas, como os decretos presidenciais não passam pelo Congresso, o governo entregou novos canais de TV para os atuais radiodifusores em flagrante desrespeito à carta magna.

O governo alega que estes novos canais servirão somente para que as atuais emissoras possam transmitir sua programação em digital e, portanto, são uma espécie de “extensão” dos canais atuais. Mas o próprio Decreto 5.820 prevê que os canais digitais poderão oferecer interatividade e transmissão móvel, duas características que não existem na TV analógica. Na prática, trata-se de um novo serviço, que requer novas concessões e que deveria ter passado pelo Congresso Nacional, como define a nossa Constituição.

O mesmo artigo 7º do Decreto 5.820 menciona que somente terão direito a este novo canal as emissoras que estiverem “em regularidade com a outorga”. Mas o Ministério das Comunicações não fiscaliza as emissoras e também não divulga os dados de cada concessão. Assim, como alguém poderá saber se os canais digitais foram realmente entregues apenas para quem está “em regularidade”?⁵⁴

O informativo compara a regra brasileira com a europeia, mostrando que lá o espectro de frequências foi dividido e cada novo canal cedido para uma emissora diferente, enquanto que aqui o decreto não impede a multiprogramação (“Globo 1, Globo 2, Globo 3, Globo 4”), mas todos os novos canais continuam com as antigas emissoras, que pode continuar usando todo o espaço para enviar uma única programação. O artigo afirma ainda que o decreto concentrou a TV aberta ainda mais nas mãos das atuais emissoras.

Bolaño e Brittos, em livro publicado também em 2007, afirmam que “a luta agora é pelo acesso aos novos meios interativos, o que exige não apenas a disponibilização da infra-estrutura, mas toda uma política de incorporação das massas, incluindo a socialização do capital cultural, sem o qual a democratização e o ideal de autonomia dos sujeitos não poderiam se realizar” (p. 92).

Ainda em 2006, o Ministério Público Federal de Minas Gerais ajuizou uma ação civil pública pedindo a suspensão do decreto presidencial que definiu o padrão japonês de tecnologia para a TV digital brasileira. De acordo com reportagem do Globo de 24 de agosto, a ação apontava pelo menos cinco violações a leis e à Constituição no decreto, mas o governo afirmava que iria contestá-la. No fim do mês, o juiz Lincoln Pinheiro Costa, da 20ª Vara Federal de Belo Horizonte, indeferiu a ação. Outro questionamento na Justiça, desta vez uma Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADIN 3944), foi protocolada em 21 de agosto de 2007 pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e contestava quatro artigos do decreto, questionando especialmente o fato de o governo não ter aberto licitação para os canais. Ela chegou ao Supremo Tribunal Federal, mas terminaria sendo julgada improcedente em agosto de 2010.

Para o professor da Universidade Federal Fluminense Adílson Cabral, então editor do informativo eletrônico 7 Pontos (que acompanhava e debatia a questão da TV digital), o movimento social em prol de uma TV digital democrática perdeu força a partir do fracasso da ação impetrada em Minas Gerais.

⁵⁴ “A TV digital e a multiplicação da mesmice”. In: Informativo Intervozes, novembro de 2007, p. 24.

O juiz disse que não era da alçada da justiça estadual. Teria que fazer a Adin e ir para o STF. Aí houve arrefecimento por parte das organizações da sociedade civil que estavam à frente, Intervozes e FNDC. Não sei por quê. Se cansaram de dar murro em ponta de faca, se era porque centraram esforços na conferência (Conferência Nacional de Comunicação, que acabou ocorrendo em dezembro de 2009)... Acho erro e fraqueza da sociedade civil. O Intervozes teria que reconstruir isso. O foco é o STF? Então vamos. Depois de quase um ano e meio de definição do ISDB, de entender que estava definido, entrou a ação do PSOL. Enquanto isso o mercado está comprando câmera, Band e o SBT descobrem que dá para jogar sinal para o Brasil todo por satélite, vão consolidando a TV digital. A Adin foi feita, foi entregue, o tempo todo foi o PSOL, de forma cifrada, a maioria das organizações só soube quando aconteceu. Não houve essa construção conjunta, nem na primeira ação nem na Adin. Mesmo com essa embolação tem uma Adin que está em curso, não saiu de cena e ainda pode ser apropriada pela sociedade civil⁵⁵.

Este cansaço e fraqueza da sociedade civil citados por Adílson Cabral aparecem na reflexão de Boaventura Santos:

O problema dos movimentos sociais é que em determinado momento eles têm uma atividade enorme, estão todos os dias na imprensa, e no mês seguinte já não estão, estão em refluxo, as pessoas já não vão às reuniões ou assembléias. Essa idéia de sustentabilidade da mobilização é um problema muito sério em muitos países, porque, para que se consiga uma continuidade, uma participação, é preciso haver articulação política. Se não há, temos estas duas inércias de que falávamos antes: por um lado, a inércia e o refluxo dos movimentos sociais que não conseguem se multiplicar e densificar a luta e, por outro, os partidos que se mantêm como antes e não mudam em nada suas políticas (SANTOS, 2007, p. 96).

O cientista social português também comenta a distância que há, muitas vezes, entre movimentos da sociedade civil e partidos políticos, como o citado acima em relação à ação do PSOL. Boaventura Santos afirma que existe um fundamentalismo dos partidos contra os movimentos sociais, achando que só eles são representativos, mas que o oposto também acontece e prejudica as lutas:

[...] O fundamentalismo antipartidos políticos dos movimentos sociais, que é a idéia de que os movimentos sociais têm de ser totalmente autônomos porque a alternativa é a cooptação, que significa a destruição do movimento; eles têm a idéia de que não é possível a relação entre partidos e movimentos. Assim, então, não é possível uma articulação entre democracia representativa e participativa, porque a representativa está dominada pelos partidos, e a participativa está dominada pelos movimentos sociais e pelas associações de bairros, de vizinhos etc. Se não há uma articulação política entre as duas, não é possível uma articulação entre democracia representativa e participativa. É preciso vencer esses dois fundamentalismos (SANTOS, 2007, p. 94).

⁵⁵ Adílson Cabral, entrevista concedida em Natal em 5/9/2008.

E enquanto o Brasil adotava o padrão japonês, o governo da China anunciou que o país usaria um padrão de transmissão de TV digital próprio a partir de 1º de agosto de 2007, resultado da fusão das tecnologias desenvolvidas pelas universidades de Tsinghua, em Pequim, e Jiaotong, em Xangai, de acordo com reportagem do Globo de 1º de setembro de 2006. No mesmo mês, Gustavo Gindre, das ONGs Intervozes e Indecs, defendeu, em palestra a estudantes de Comunicação, que a luta por uma TV digital democrática não poderia parar, apesar de já ter saído o decreto com a decisão do padrão brasileiro:

O segundo decreto marca uma aliança brutal com os radiodifusores. E é esse o contexto em que a gente está vivendo hoje: a introdução de um decreto que é ilegal em vários pontos. Ele fere a Constituição, ele fere a legislação e fere o decreto anterior. A gente precisa urgentemente se organizar para enfrentar isso, essa luta não acabou, seja a luta na Justiça, seja a luta na mobilização dos movimentos sociais. A luta na Justiça só vai andar se tiver a mobilização da sociedade, porque em última medida o que está apontado aí não é só a melhoria da imagem, é a mudança radical da cara que a TV vai ter no Brasil, é a possibilidade de democratizar ou não a comunicação no Brasil⁵⁶.

Na mesma palestra, Gindre afirmava que a TV aberta estava, naquele momento, presente em 93% das casas do Brasil, e que isso a tornava influente demais para que não estivesse havendo um grande debate sobre a sua digitalização:

A TV no Brasil tem uma penetração estatística e uma penetração política, social, econômica enorme. Porque os outros meios de comunicação penetram muito pouco. Nós temos 9% de TV paga, nós vendemos menos de dez milhões de jornais por dia no Brasil, a venda de livros no Brasil caiu 25% do ano passado para este ano, sendo que 38% dos livros no Brasil são vendidos para o governo para distribuir em escolas, as pessoas compram pouco livro no Brasil. Então dada a baixa penetração dos outros meios, a TV aberta tem uma influência enorme. Então estamos introduzindo mudanças radicais, que tendem a mudar completamente a feição da TV aberta no Brasil sem que isso tenha sido motivo de discussão com a população brasileira.

Gindre, como outros ativistas e pesquisadores a favor de uma TV digital democrática, estava preocupado em resolver a questão do canal de retorno para que a televisão aberta pudesse ter interatividade plena. Ele defendia que o retorno fosse através de banda larga sem fio, mas, naquele ano de 2006, não estava mais otimista de que isso se concretizaria a ponto de levar à inclusão digital. Segundo ele, as pesquisas sobre TV digital mostraram que com R\$ 400 milhões seria possível colocar Wi Max (banda larga sem fio)

⁵⁶ Palestra no Erecom 2006, Encontro Regional dos Estudantes de Comunicação Sudeste, em 26 de setembro de 2006.

em todo o território nacional, valor que equivaleria a menos de 10% do que existia no Fust (Fundo Nacional de Universalização dos Serviços de Telecomunicações, formado por 1% de cada conta telefônica). Isso tornaria possível utilizar vários aplicativos de interatividade:

E aí você permitiria dotar a TV digital de aspectos interativos que extrapolam a televisão. Por exemplo, a UNB desenvolveu um aplicativo que torna todo o set top box da TV digital um cliente de e-mail. [...] A Federal do Paraná desenvolveu um aplicativo, eles começaram trabalhando em modelagem de imagem 3D e criaram um programa chamado museu virtual, então é um espaço onde você entra e interage com imagens 3D naquele ambiente. Então você pode, por exemplo, levar as pessoas a conhecer um museu sem que a pessoa saia de casa: pode ver um vaso de um lado e de outro, você clica no vaso, abre um link, explica que vaso é aquele, de onde veio. Você poderia ter serviços de educação à distância, medicina à distância, enormes serviços de governo eletrônico que hoje só estão disponíveis pela internet, plebiscitos on line, um universo inteiro aberto de potencialidades da interatividade. Inclusive porque este middleware criado na PUC do Rio e Universidade Federal da Paraíba permite que esse serviço de banda larga busque vídeos na internet. Só que nós não vamos fazer isso. Primeiro porque a banda larga será entregue a quem puder pagar. A proposta do governo é deixar que as telefônicas provejam banda larga. E o set top box interativo vai ser mais caro, avalia-se em torno de R\$ 1 mil. Então nós vamos criar um paradoxo: só vai ter dinheiro para ter set top box que custa R\$ 1 mil e a banda larga ligada à televisão aquele cara que já tem internet banda larga em casa e portanto não tem nenhum interesse em comprar o set top box interativo e a banda larga ligada à televisão. E aquele cara que não tem computador em casa e seria diretamente interessado em ter esses serviços ligados à sua televisão simplesmente não vai ter dinheiro para ter acesso a isso. [...] Uma televisão que acessa o youtube já não é mais televisão como a gente conhece. E isso estava dado como possibilidade no cenário da televisão e parece que vai para o ralo da história⁵⁷.

A internet, que não deixa de ser uma concorrente da TV digital por audiência, obviamente também se beneficiaria desta disseminação da banda larga proposta acima por Gindre. O integrante do Coletivo Intervozes também destacou a proposta do governo de que as telefônicas provejam banda larga: isso poderia levar a um custo mensal com o qual muitas famílias de baixa renda não poderiam arcar, e então os mais pobres não seriam incluídos na interatividade plena. Sobre a falta de interesse das emissoras na interatividade, encontramos esta explicação em Cruz: “elas dependem de outras redes, como as que estão nas mãos das operadoras de telecomunicações, para transportar informação da casa do espectador para a sua central, o que é essencial às formas mais sofisticadas de interatividade” (CRUZ, 2008, p. 17).

⁵⁷ Gustavo Gindre, palestra no Erecom 2006, Encontro Regional dos Estudantes de Comunicação Sudeste, em 26 de setembro de 2006.

Em 10 de outubro de 2006 o ministro das Comunicações, Hélio Costa, divulgava o cronograma da TV digital, começando a transmissão em 3 de dezembro de 2007, na Grande São Paulo. De acordo com o jornal O Globo, no Rio de Janeiro e demais capitais a transmissão começaria apenas em 31 de dezembro de 2009, e nos demais municípios, em 31 de dezembro de 2013. O cronograma apontava 29 de junho de 2016 como a data para o desligamento completo da rede analógica. O ministro explicou que o cronograma poderia ser adiantado (como de fato foi, em alguns casos) dependendo do plano de cada radiodifusora.

A reportagem do Globo e a fala de Hélio Costa dentro dela tratam a fábrica de semicondutores como fato consumado:

Sobre a construção da fábrica de semicondutores, que faz parte do acordo com o Japão, Costa disse que a decisão sobre o local ainda não está tomada. No entanto, reconheceu que o Rio Grande do Sul é o estado que está mais avançado. Estão no páreo ainda Rio, Minas Gerais e Amazonas.

— Acho que eles (gaúchos) têm todas as chances, mas não quer dizer que vão ganhar⁵⁸.

A reportagem informava ainda que em 30 dias o BNDES faria uma proposta de linha de financiamento para toda a cadeia produtiva da TV digital, enquanto o banco de fomento japonês, JBIC, financiaria apenas investimentos japoneses no Brasil e capacitação de mão de obra. Uma delegação com 20 japoneses do governo e empresas privadas estava no Brasil naquele momento em reuniões com brasileiros no Itamaraty. Toda a publicidade em torno da fábrica de semicondutores, que de fato nunca saiu do papel, era uma forma de afirmar que a decisão pelo padrão japonês seria boa para a indústria brasileira. Podemos ver na fala de Claudia Abreu, da ONG ComunicAtivistas, uma visão bem diferente do movimento popular:

Uma das consequências da decisão pelo padrão japonês é que a nossa política industrial fica extremamente limitada. [...] As TVs que nós formos fazer aqui nós no máximo podemos exportar para lá, sendo que o Japão não importa televisores. Então o Brasil vai produzir televisão para os brasileiros. Se o sistema brasileiro que estava em processo final de construção tivesse sido finalizado a gente poderia ter um sistema brasileiro e exportar para toda a América Latina, por exemplo. A política industrial brasileira no setor seria

⁵⁸ DUARTE, Patrícia & TAVARES, Mônica. “TV digital: transmissão começa no fim de 2007”. In: O Globo, 11/10/2006, p. 33.

extremamente desenvolvida se a decisão tivesse sido outra. Até mesmo se tivesse sido o europeu, porque as empresas estavam interessadas em incorporar essas tecnologias que foram criadas aqui no Brasil, e nos países em que em que ela tem essa tecnologia essas inovações brasileiras também seriam colocadas e nós receberíamos royalties disso. Então até mesmo uma decisão que não fosse a brasileira, mas fosse pelo padrão europeu, por exemplo, teria sido melhor para a nossa política industrial, pelo menos.

Na verdade se optou pelo pior padrão: ele dificulta a interatividade mais do que o padrão que estava sendo criado no Brasil e o europeu, entre outras características. Por ser só em um país, faz com que seja mais caro. É aquela coisa que a gente sabe em relação a qualquer produto. Quando você tem muita quantidade você dilui e quando você tem pouca, fica mais concentrado. Para que os set top boxes, as caixinhas, fiquem mais acessíveis, o governo vai ter que colocar dinheiro, e isso não favorece a nós⁵⁹.

Em 16 de outubro reportagem da Folha de S. Paulo dá conta de uma reaproximação que vinha se dando entre as emissoras de TV para defender interesses comuns em relação à TV digital, como recursos do Estado para a importação de equipamentos, isenção de impostos e o combate a projetos de lei que restringissem a publicidade. Uma divisão que tinha ocorrido na Abert a partir de 1999, com a gradual saída dos associados Record (que formou a Abratel), Bandeirantes e SBT, insatisfeitos com o fato de a Abert defender basicamente os interesses da Globo, foi revertida (BOLAÑO & BRITTOS, 2007, p. 133-134).

Dias depois, o presidente Lula anunciava, no horário eleitoral gratuito, que o primeiro núcleo da TV digital no país seria na Zona Franca de Manaus, mas os polos iniciais de microeletrônica e de semicondutores seriam em Minas Gerais, Bahia, Rio, São Paulo e Rio Grande do Sul, gerando protestos do senador Arthur Virgílio (AM) no Congresso⁶⁰. Além dos semicondutores, tratava-se da fabricação de televisores e conversores (set top boxes).

A respeito da produção de microeletrônicos no Brasil, Gustavo Gindre, das ONGs Intervozes e Indecs, explicou na palestra a estudantes citada anteriormente que a TV digital trouxe a possibilidade de desenvolver dois setores tecnológicos que são transversais a quase tudo o que existe em tecnologia atualmente: software e microeletrônica. Segundo ele, o Brasil estava desperdiçando esta possibilidade ao não adotar o padrão nacional:

⁵⁹ Palestra no Encontro Regional dos Estudantes de Comunicação, Erecom Sudeste, em 26 de setembro de 2006.

⁶⁰ TAVARES, Mônica. “Lula anuncia pólos de TV digital fora de Manaus”. In: O Globo, 19/10/2006, p. 29.

Do sinal de trânsito a um carro popular, passando por um avião supersônico, um game, a televisão digital, computador, telefone celular, tudo tem software e chip embarcado. Televisão digital era a possibilidade do Brasil se inserir de maneira soberana e não como montador. Então a gente diz que o telefone da Nokia é feito no Brasil, o telefone da Motorola é feito no Brasil porque vêm os kits prontos de lá [...], aí entra na fábrica brasileira, geralmente em Manaus, porque aí a empresa ganha uma isenção fiscal enorme, a empresa vai lá, monta os kits, diz que é brasileiro. O pessoal de engenharia de produção diz que no chão da fábrica hoje você só precisa ter um cachorro e um operário. O operário para dar comida para o cachorro e o cachorro para não deixar o operário apertar botão nenhum. Você não precisa mais de gente no chão da fábrica, que está cada vez mais robotizado, informatizado. Onde é que está o valor no mundo da produção hoje? É cada vez menos no chão da fábrica. Aí dá para entender a crise no ABC paulista, onde as montadoras vão cada vez precisando de menos gente, e cada vez mais o valor dessa produção está nos laboratórios, está nos lugares que produzem conhecimento, que produzem patentes, royalties, propriedade intelectual, que vão dominar o contexto da produção.

Gindre afirma também que no século XXI os países serão radicalmente divididos entre os que produzem conhecimento (o que passa por educação e investimento em pesquisa básica, a qual acaba gerando tecnologia e produtos) e os meros consumidores de tecnologia:

O desenvolvimento da TV digital permitiria a gente passar a ter propriedade intelectual, passar a produzir conhecimento no Brasil em software e microeletrônica. [...] O desenvolvimento da TV digital permitiria o desenvolvimento de uma série de outras áreas. Por exemplo, a Embraer tentou vender avião para o Chaves na Venezuela. Aí o que o governo americano disse: “Não vai vender avião nenhum, porque a tecnologia que está embarcada nos aviões da Embraer é americana, se quiserem vender as carcaças, podem vender”. A Rússia acabou vendendo, porque a Rússia produz essa tecnologia. [...] Qual é a tecnologia que está ali naqueles aviões que nós não dominamos? Softwares e chip. [...] Nós abrimos mão disso⁶¹.

Em novembro, reportagem de Janaína Figueiredo para O Globo informa que a Argentina vinha discutindo seu padrão de TV digital com representantes de empresas europeias e americanas, e que o governo estaria mais inclinado pelo padrão europeu, apesar das fortes pressões dos EUA. No mesmo mês foi criado no Brasil o Fórum Brasileiro de TV Digital, com o objetivo de acompanhar a implantação e o desenvolvimento do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD). O Fórum é um órgão de assessoramento do Comitê de Desenvolvimento da TV Digital, integrado por nove ministros, e entre suas atribuições está a discussão de políticas e assuntos técnicos referentes às inovações tecnológicas do sistema digital brasileiro.

⁶¹ Gustavo Gindre, palestra no Erecom 2006, Encontro Regional dos Estudantes de Comunicação Sudeste, em 26 de setembro de 2006.

O presidente do conselho do Fórum era o diretor de tecnologia do SBT, Roberto Franco, que também comandava a Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão e Telecomunicações (SET). O vice-presidente era Moris Arditti, diretor da Gradiente. Participavam também do conselho um representante do setor de software (Potis); quatro do setor de receptores (Philips, Gradiente, Semp e Samsung); duas universidades (UFRJ e PUC-Rio); dois representantes da indústria de transmissores (Linear e Telavo); e quatro radiodifusores (Globo, SBT, Record e RedeTV).

De acordo com reportagem do Meio & Mensagem de 27 de novembro de 2006, a concepção do Fórum também permite que outras empresas integrantes dos segmentos que compõem o órgão (fabricantes de aparelhos, de set-top box e de softwares, emissoras e universidades) possam compor a entidade na condição de membros plenos, mediante pagamento e com direito a voto. Quem não pertence a esses setores também pode entrar, mas não vota. Em compensação, tem acesso em primeira mão às definições tecnológicas decididas pelo Fórum.

2.3 Telefônicas buscam espaço no mercado de TV

Enquanto ocorria este movimento na área de TV digital, a internet continuava crescendo como ameaça cada vez mais próxima para as emissoras de TV aberta, e as companhias telefônicas começavam a buscar espaço no mercado de televisão. No caso das telefônicas, o motivo principal para isso era que seu mercado original, transmissão de voz, vinha sendo acossado por iniciativas como o Net Fone, telefone fixo fruto de uma parceria da Net com a Embratel (o chamado "triple play", oferta conjunta de serviços de vídeo, voz e dados transmitidos por um único cabo), e o Skype, uma espécie de videofone via internet.

No início de 2007, reportagem do jornal O Globo informava que operadoras de telefonia fixa esperavam “fazer parcerias com fabricantes de aparelhos e set top boxes [...] como a Philips, ou integradores de sistemas como a Siemens” para oferecer, “ainda em 2007, o serviço de IPTV, que pode significar tanto o acesso à internet através da televisão como a TV rodando na web. O coração do serviço é o mundo IP (internet protocol), o mesmo que já hospeda serviços de compartilhamento de vídeos como o Youtube, só que na tela do micro”. A ideia era usar os serviços de banda larga das operadoras para uma TV

interativa, com o usuário montando sua grade de programação (acessando programas armazenados pelas operadoras) e rede de amigos para compartilhar vídeos, músicas e fotos.

— Na IPTV você tem o que a TV digital tem, mais o triple play (voz, dados e vídeo) — diz João Eduardo Carramaschi, engenheiro de produtos da Siemens. — O foco do serviço é em DSL, para gerar concorrência com operadoras de TV a cabo. Como TVs são mais difundidas no Brasil que PCs, é um mercado e tanto.

A IPTV já está em operação comercial na Europa e nos EUA, onde há mais de 80 projetos em andamento. No Brasil, a Siemens faz testes com a tecnologia, em parceria com uma operadora. Telemar e Brasil Telecom já anunciaram seu interesse na exploração do serviço. A primeira está tão empolgada que, no ano passado, adquiriu a empresa mineira de TV a cabo Way TV. Agora espera um sinal da Anatel para começar a operação. A Brasil Telecom também quer entrar no páreo e inclusive já tem um projeto-piloto de IPTV⁶².

A Telefônica, por sua vez, anunciou logo em seguida sua intenção de entrar no mercado de TV por assinatura no Brasil e popularizar o serviço. A empresa esbarrava em vários empecilhos para conseguir a aprovação da Anatel, de acordo com reportagem do jornal O Globo, por “ser uma concessionária de telefonia fixa, além da discussão sobre a concentração de infra-estrutura de telecomunicações na mão de um só grupo. Também há restrições à participação do capital estrangeiro, principalmente na TV a cabo”⁶³. Não deixa de ser interessante as Organizações Globo falando sobre concentração na mão de um só grupo.

Enquanto estas novas iniciativas tomavam corpo, a Oi⁶⁴ foi a primeira operadora a lançar programas que podemos chamar de televisão para celulares: o primeiro foi “Parafina”, série de 24 capítulos com um minuto cada do diretor Jorge Nassarala, seguido de “Tem boi na linha”, da produtora Cara de Cão, seriado com estrutura de videogame⁶⁵. Ainda em 2007, a Oi anunciava que faria testes em alguns bairros da Zona Sul do Rio de Janeiro com serviços de televisão via internet (IPTV) e esperava lançar o serviço comercialmente no primeiro trimestre de 2008 (em setembro de 2009 ainda era um projeto experimental restrito a Ipanema e Leblon, de acordo com reportagem do Globo de 10 de setembro de 2009). Seria uma espécie de TV por assinatura ou com programas sob

⁶² MONTEIRO, Elis. “A próxima atração: sua nova TV”. In: O Globo, caderno Infoetc, p 1, 5/2/2007.

⁶³ TAVARES, Mônica. “Telefônica quer ingressar na TV por assinatura”. In: O Globo, 8/2/2007, p.27.

⁶⁴ Braço da Telemar para telefonia celular. Posteriormente o nome Oi passou a designar toda a empresa. É a única telefônica com controle nacional do capital no Brasil.

⁶⁵ MONTEIRO, Karla, “A quarta tela”. In: Revista O Globo, 13/5/2007, p. 16.

demanda (a Oi já tinha cerca de 200 documentários e filmes para adultos e crianças) que chegaria aos clientes tanto por cabos de fibra ótica quanto por linhas telefônicas comuns. Enquanto isso, a TV a cabo mineira Way TV, que já era oficialmente da Oi por falta de outros interessados, fazia concorrência com a Net em Poços de Caldas, Uberlândia e Barbacena.

No momento em que outras mídias digitais concorrentes se movimentavam em diversos novos cenários de televisão, reportagem de 30 de julho de 2007 no caderno Info Etc do jornal O Globo afirmava que, faltando cinco meses para o início das transmissões digitais de TV aberta, o cenário ainda era nebuloso.

Em primeiro lugar, ainda não foram estabelecidos os preços dos conversores [...] O governo esperava que eles não custassem mais de R\$ 100, a indústria, no entanto, chegou a falar em R\$ 800. Empresas fabricantes esperam um sinal do governo para que, com isenção de impostos, o produto chegue mais barato ao consumidor⁶⁶.

De acordo com a repórter, os outros obstáculos eram o bloqueio de gravação em TV digital solicitado pelas emissoras e defendido pelo Ministério das Comunicações, que estaria causando polêmica (a gravação poderia ser vista apenas naquele televisor, não podendo ser reproduzida), e a possibilidade de condomínios terem problemas na recepção de sinais por causa da antena coletiva. A reportagem explicava que antenas com capacidade de receber sinais UHF não precisariam ser trocadas, porque a TV digital é transmitida em UHF. No caso da gravação, a reportagem ouve opinião contrária à da TV Globo (o presidente do iCommons, Ronaldo Lemos), fato raro, mas explicável por estar dentro de um caderno mais específico, com público leitor menor e que, normalmente, já acompanha esses temas. Em outros casos, como o da Ancinav, O Globo já mostrou opiniões contrárias à sua, mas em geral no meio das matérias e logo contestadas por outras opiniões de pessoas que pensavam como a empresa. O mesmo foi feito nesta, na qual a opinião final, para a qual foi dado muito mais espaço, é da Abert, que lutava pelo bloqueio e falava do medo de pirataria. Ainda segundo a reportagem, no Comitê de Desenvolvimento da TV Digital, formado por dez ministros, nove estavam contra o bloqueio e só Hélio Costa a favor, mas a questão ainda não estava decidida. Pouco menos de um mês depois, o presidente da Comissão de

⁶⁶ MONTEIRO, Elis. “TV digital: novo round”. In: O Globo, 30/7/2007, caderno Info etc, p 3.

Direito Autoral, Direitos Imateriais e Entretenimento da OAB/RJ, Sidney Sanches, escreveu artigo publicado na página de opinião do Globo defendendo que o telespectador possa fazer cópias ilimitadas da programação com qualidade de dvd em vez de alta definição, dizendo que esta opção foi oferecida ao governo pelo “Comitê Gestor de Direitos de Conteúdos no Sistema Brasileiro de TV Digital, responsável pela avaliação do modelo brasileiro”⁶⁷. Para ele, se forem permitidas cópias em alta definição, haverá o caos, o aniquilamento da capacidade criativa nacional, fomento à violação dos direitos de propriedade intelectual, etc. Porém, a posição da Abert, de que nenhuma cópia pudesse ser feita, acabou sendo a vencedora.

Enquanto isso, menos ainda se falava sobre o rádio digital. Reportagem do Globo de 30 julho de 2007 dava como certo que as transmissões digitais começariam ainda naquele ano em diversas capitais, o que não ocorreu, diga-se, até hoje. A reportagem tinha como fonte o ministro Hélio Costa, que informava que ainda naquela semana o governo decidiria o modelo digital para o rádio, com decreto presidencial sendo assinado em setembro daquele ano – o que também não ocorreu. A reportagem dizia que ainda em 2007 o consumidor poderia ouvir uma estação FM com qualidade de CD e uma estação AM com qualidade de FM, além de se beneficiar da multiprogramação, uma vez que cada emissora teria à sua disposição quatro canais – ou seja, já dando como certo que, assim como na TV digital, os novos canais iriam para as emissoras já existentes, em vez de ir para novos concessionários.

A matéria informava ainda que o governo federal e o setor privado estimavam que o sistema digital movimentasse mais de R\$ 100 bilhões em dez anos, “valor equivalente à metade esperada para a TV digital. A conta abrange tanto a transmissão em si quanto o comércio de aparelhos”⁶⁸. Ou seja, a estimativa para a movimentação de dinheiro em torno da TV digital era de mais de R\$ 200 bilhões no período de transição do analógico para o novo sistema. Já o ministro Hélio Costa disse em entrevista poucos meses depois, em 25 de novembro daquele ano, que “só a produção dos conversores pode movimentar R\$ 9 bilhões em três anos. Os televisores que começam a ser preparados para a TV digital e para a alta

⁶⁷ SANCHES, Sydney. “Ameaça ao conteúdo nacional na TV digital”. In: O Globo, 25/8/2007, p. 7.

⁶⁸ OLIVEIRA, Eliane & BATISTA, Henrique G. “Nos bits do rádio: transmissões no padrão digital começam este ano no país e prometem revolução no setor”. In: O Globo, 30/7/2007, p. 21.

definição vão movimentar bilhões de reais nos próximos dez anos. Temos um cálculo não muito científico de que podemos movimentar cerca de R\$ 100 bilhões”⁶⁹. Os leitores do Globo não ficaram sabendo o que ocorreu em relação ao rádio naquela semana, nem nas próximas, e o tema só voltou às páginas no mesmo 25 de novembro da reportagem acima, com Costa marcando a definição para um mês depois, o que também não ocorreu.

A exemplo do que aconteceu com a imaginada fábrica de semicondutores, O Globo também exibiu em suas páginas outra espécie de novela: as matérias do jornal sobre o preço do conversor começaram em 2 de fevereiro de 2006, sob o título “Conversor digital pode custar R\$ 50”, e se intensificaram em 2007. Foram tantas as declarações animadoras em relação ao preço e à possibilidade de subsídio, sem que qualquer ação concreta fosse tomada, que as reportagens e declarações trazidas por elas parecem mais querer tomar o espaço para o tema apenas com esta questão (que, obviamente, tem sua importância) e deixar de tratar de outras, como o marco regulatório para a TV digital, que poderia ainda trazer alguma democratização para o setor.

Esta opção editorial remete à análise de Bourdieu em *Sobre a televisão*. “Os prestidigitadores têm um princípio elementar que consiste em atrair a atenção para uma coisa diferente daquela que fazem”, afirma Bourdieu, explicando que, ao tratar de um assunto de interesse menor, usa-se o tempo (no nosso caso específico de jornal, o espaço) que não se pretende gastar falando de algo mais importante, porque não interessa à emissora (ou jornal) que aquele tema mais importante seja discutido: “afastam-se as informações pertinentes que deveria possuir o cidadão para exercer seus direitos democráticos” (BOURDIEU, 1997, p.22-24).

Com o título “Televisão digital: conversor com subsídio do governo”, reportagem de 3 de agosto colocava, em declaração de Hélio Costa, a possibilidade de o governo subsidiar a compra e de o preço do conversor ficar entre R\$ 80 e R\$ 100. Cem reais para mais e para menos que em previsões anteriores: reportagem do Globo 3 de outubro de 2007 dizia que a intenção do governo de que os conversores fossem vendidos por no máximo R\$ 200 (antes eram R\$ 100 nas declarações) não devia se concretizar, porque os fabricantes estavam falando em, no mínimo, R\$ 700, e só cairiam para R\$ 200, por ganho de escala,

⁶⁹ TAVARES, Mônica; de FRANÇA, Mirelle & RIBEIRO, Fabiana. “É dada a largada para a TV digital”. In: O Globo, 25/11/ 2007, p. 29.

em cinco ou seis anos, a menos que o governo desse isenção de impostos de importação de componentes. Além do conversor, o telespectador ainda teria que comprar uma antena externa de UHF por R\$ 150 para receber o sinal digital.

Em 20 de novembro, outra notícia dava conta de que os conversores chegariam às lojas naquele mês: os dois aparelhos da Semp Toshiba, importados, custariam R\$ 800 (para TVs convencionais) e R\$ 1,1 mil (hd), ainda sem os recursos de interatividade. O presidente da empresa, Afonso Hennel, respondeu à reclamação do ministro Hélio Costa de que nos EUA e Japão os preços ficavam entre US\$ 60 e US\$ 100 (R\$ 106 a R\$ 176,80 à época) dizendo que “o sistema brasileiro é mais avançado que o de mercados desenvolvidos”⁷⁰, além de não haver escala. Houve uma queda de braço entre governo e indústria a partir daquele momento, com o ministro Hélio Costa afirmando que poderia zerar as alíquotas de importação de conversores e a indústria dizendo que, de qualquer maneira, o aparelho sairia caro. As indústrias diziam que iriam começar a produzir em Manaus em 2008. Positivo, Phillips, Aiwa e Panasonic, além da Semp Toshiba, se declaravam interessadas no negócio. O presidente Lula disse que poderia liberar a importação de componentes para montagem dos conversores fora da Zona Franca de Manaus, mais perto dos centros consumidores, de acordo com reportagem de Mônica Tavares no Globo em 23 de novembro. Naquele momento, a Philips estava lançando um conversor a R\$ 1,1 mil e dois televisores de LCD com conversor embutido, um de 42 polegadas (R\$ 7,99 mil) e outro de 52 polegadas (R\$ 12,99 mil), garantia outra matéria do jornal no mesmo dia. Outras matérias seguiriam o assunto em 2008.

Em 25 de novembro de 2007, às vésperas do início das transmissões digitais em São Paulo, o caderno de economia do Globo publicou cinco páginas de reportagens sobre o tema. A matéria principal mostrava a expectativa de que a interatividade começasse em julho de 2008 – o que não ocorreu; informava que o Banco do Brasil abriria uma linha de financiamento para a compra de conversores; e que o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) tinha sido a primeira emissora a ter financiamento aprovado (em abril daquele ano) no Programa de Apoio à Implementação do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre

⁷⁰ D’ERCOLE, Ronaldo. “Primeiros conversores de TV digital chegarão às lojas por até R\$ 1,1 mil”. In: O Globo, 20/11/2007, p. 24.

(Protvd), criado em fevereiro daquele ano pelo BNDES. O financiamento do SBT foi de R\$ 9,2 milhões.

Enquanto isso, consumidores, já de algum tempo, vinham comprando aparelhos de TV de alta definição (ou mesmo hd ready, com 720 linhas) acreditando que estavam prontos para receber o sinal de TV digital. Uma das reportagens citadas acima mostrou um dos casos:

No início do mês, Roberto Saldanha comprou uma televisão de LCD de 32” por R\$ 2.630. E achou que estava levando para casa um aparelho já pronto para a era digital:

_ Não pensei que fosse necessário um conversor. Há muita desinformação nas lojas⁷¹.

Desinformação nas lojas já é ruim o suficiente, mas se o consumidor tivesse sido, ao longo do processo da TV digital, devidamente informado sobre o tema pelas próprias emissoras de TV e demais meios de comunicação, ele já saberia o que comprar. Foi apenas em 12 de novembro de 2008 que a coluna Defesa do Consumidor do Globo trouxe técnicos e defensores do consumidor explicando os melhores equipamentos que o telespectador poderia comprar para usufruir da TV digital.

Ainda no grupo de matérias preparatórias para o início da TV digital do caderno de economia de 25 novembro de 2007, um guia de compras informava que o conversor Aiko iria custar R\$ 999, os Positivo, já à venda na Super Casas Bahia (única loja vendendo conversores), em São Paulo, custavam R\$ 499 e R\$ 699, e o da Gradiente custaria R\$ 799. Outras redes de lojas anunciavam para breve a chegada dos conversores, mas no Rio eles só estariam disponíveis em 2008.

Outra das reportagens mostrava que o conteúdo em alta definição no momento do início da TV digital seria pouco: apenas as novelas “Duas Caras”, da TV Globo, e “Dance, dance, dance”, da Bandeirantes.

Na Rede Globo, os próximos passos serão as exibições de alguns jogos de futebol e filmes em HD.

_ A transição para a alta definição será gradual, mas a Globo já vem se equipando para isso desde 1998. O estúdio 3 da sede de São Paulo, onde são gravados os programas de Jô Soares, Serginho Groisman e Fausto Silva, já está preparado para HD – diz Carlos Fini, gerente de Tecnologia e Manutenção da emissora.

⁷¹ D’ERCOLE, RIBEIRO et al, “Guerra de preços de conversor e TV não ocorrerá tão cedo, diz indústria”. In: O Globo, 25/11/2007, p. 30.

No dia 2, o SBT planeja exibir o filme épico “Alexandre” no horário nobre. Diretor de Engenharia do SBT, Roberto Franco diz não revelar outros planos por questões estratégicas. _ O SBT vai investir em alta definição e mobilidade desde o início [...] – promete. A Record exibirá filmes em HD na sessão “Tela máxima” aos domingos, às 22h, a partir do dia 2. [...] A segunda temporada de “Troca de família”, prevista para janeiro, também será em alta definição. Já a Bandeirantes promete que em janeiro todas as suas atrações do horário nobre, das 18h à 1h, estarão em HD⁷².

O caderno fechava as páginas dedicadas à TV digital com uma entrevista pingue-pongue com o ministro das Comunicações. Nela, Hélio Costa voltava a reclamar dos preços dos conversores e respondia à reclamação das indústrias de que o governo não reduziu impostos dos conversores:

Não é verdade. As empresas do Pólo de Manaus têm todo o benefício da Lei de Informática, com 85% de reduções fiscais e, evidentemente, desoneração do ISS e ICMS no Amazonas. Não é por essa razão que elas estão fazendo isso. As empresas que estão lá, quem são? Samsung, Sony, Phillips, as empresas européias. Elas não têm interesse em fazer caixinhas, mas em fazer LCD, TV de 46 polegadas, de 32 polegadas⁷³.

Costa voltou a defender, nesta mesma reportagem, o bloqueio da cópia em alta definição da programação recebida na TV digital, e afirmou que “já fomos advertidos por produtores americanos e europeus de que, liberando totalmente o processo de gravação de alta definição no Brasil, vamos ter dificuldade de contratar alguns programas. A programação pode sofrer um impacto considerável por causa disso”. Reportagem do Globo de 27 de novembro já dava conta de conversores nas lojas de São Paulo, mas os televisores com conversor embutido ainda estavam nas fábricas.

Enquanto isso, o movimento popular fazia, desde 5 de outubro, uma campanha tentando informar o público que concessões de emissoras com grande audiência estavam vencendo naquele dia. A Campanha por Democracia e Transparência nas Concessões de Rádio e TV reunia CUT, MST, UNE, Marcha Mundial das Mulheres, entre outros, e movimentos da área de comunicação, como o Intervozes e a Campanha pela Ética na TV. Este movimento não aparecia nas páginas do jornal O Globo ou nas emissoras de TV, e podemos evocar aqui novamente a Sociologia das Ausências para explicar o motivo. Na revista Informativo Intervozes de novembro, a primeira reportagem destacava que nem todo mundo sabia que as emissoras de rádio e TV abertas eram concessões públicas.

⁷² FERNANDES, LÍLIAN. “Emissoras lançarão pouco conteúdo em HD”. In: O Globo, 25/11/2007.

⁷³ TAVARES, MÔNICA. “Vai movimentar toda a economia”. In: O Globo, 25/11/2007.

Está no artigo 21 da Constituição Federal: “Compete à União [...] explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão [...] os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens”.

Em tese, rádio e televisão estão na mesma categoria que os serviços de energia elétrica, de navegação aérea, de transporte ferroviário e rodoviário, por exemplo. No entanto, diferentemente destes serviços, a radiodifusão opera sem critérios claros e com privilégios estranhos a um sistema democrático. Para que se tenha uma idéia, a lei que define as concessões públicas vale para todas as modalidades de serviço, menos para a radiodifusão. As emissoras de TV recebem a concessão por 15 anos e as de rádio, por 10 anos, e durante todo esse período os detentores das concessões não têm que prestar contas a ninguém sobre o uso que fazem delas⁷⁴.

A reportagem continua afirmando que é comum emissoras promoverem a criminalização dos movimentos sociais e discriminar mulheres, negros, indígenas, homossexuais, deficientes, idosos, algumas religiões e classes sociais, sem que a sociedade possa se proteger. O movimento pedia, então, um processo de concessão e renovação de outorgas transparente (o público não tinha acesso aos contratos), fiscalizado pelo poder público e com a participação da sociedade no debate. Segundo a matéria, há “emissoras em funcionamento com outorgas que já venceram há quase 20 anos”, além de deputados e senadores controlando emissoras embora a Constituição proíba, entre outras irregularidades. A causa de tudo isso, diz o informativo, é que brechas legais e a ausência de regulamentação das obrigações das emissoras impedem a aplicação do que diz a Constituição. “Para piorar, impera no Brasil a histórica promiscuidade entre governos, parlamento e empresários de radiodifusão. Não é à toa, nunca uma outorga de rádio ou TV deixou de ser renovada no Brasil”⁷⁵.

No mesmo boletim, a reportagem “Uma história de apropriação do público pelo privado”, tratando das outorgas, comenta:

Além disso, o cargo mais alto do Ministério das Comunicações é ocupado por um senador e ex-funcionário da Globo, notadamente defensor de interesses dos empresários de radiodifusores (sic). Ele mesmo, dono de uma rádio em Barbacena (MG) e, portanto, violador do princípio constitucional que proíbe que parlamentares possuam canais de rádio e TV. Foi também Hélio Costa o maestro da implementação da TV digital no Brasil, que escandalosamente beneficiou os interesses das emissoras de TV, escolhendo o padrão japonês e dando gratuitamente (sic) às atuais emissoras de televisão um outro canal para a exibição digital. Essa última decisão está sendo questionada na Justiça por meio de uma Ação Direta de Inconstitucionalidade no Superior Tribunal Federal. Mais recentemente, o Ministério das Comunicações convocou os concessionários para recadastrarem as

⁷⁴ “Em nome do público, mas sem o público”. In: Informativo Intervozes, novembro de 2007, p. 3.

⁷⁵ Informativo Intervozes, novembro de 2007, p. 4.

informações de suas empresas. A portaria, publicada no dia 13 de agosto, deu 60 dias para que emissoras de rádio e TV passem para o Ministério dados como a composição societária das organizações. O que parece ser um ato de controle do Executivo só reforça, mais uma vez, a total falta de conhecimento do governo em relação à utilização das concessões. Por lei, qualquer mudança no quadro societário e contrato social das empresas deveria ser solicitada previamente ao Ministério. Pelo visto, não foram⁷⁶.

No dia 2 de dezembro de 2007 o caderno de economia do jornal O Globo trazia quatro páginas de reportagens para anunciar o início das transmissões digitais naquele dia em São Paulo. A reportagem principal informava que seis emissoras (Globo, Band, RedeTV!, SBT, Record e TV Cultura de São Paulo) entrariam em rede nacional às 20h30m com pronunciamentos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do ministro das Comunicações, Hélio Costa, e da ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, e um clipe de lançamento da TV digital. A matéria cita três problemas: consumidores não estavam comprando os conversores por causa do preço alto; o Ginga ainda não estava disponível nos conversores; e celulares que possibilitariam assistir à TV digital gratuitamente ainda não estavam disponíveis. E dizia ainda que a TV digital chegaria ao Rio em abril ou maio do ano seguinte com estes problemas praticamente superados.

A reportagem informava que haveria uma festa de lançamento para 1.200 convidados, começando às 20h com âncoras das seis redes apresentando um “telejornal” sobre TV digital; discursos dos presidentes da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e TV (Abert), Daniel Slaviero, da Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra), Johnny Saad, e do Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital (Fórum SBTVD), Roberto Franco. Ao lado da matéria havia um quadro com perguntas e respostas sobre as mudanças na TV.

Outra das reportagens informava os programas que as emissoras iriam transmitir naquele dia em HD: na Globo, quadros do Fantástico e um filme; na Band, um jogo, o programa Raul Gil e um especial do tenor Andréa Bocelli; na RedeTV! o Pânico na TV; no SBT e na Record, um filme cada. Ainda outra matéria informava que havia poucos conversores à venda nas lojas (que diziam ter encomendado mais) e que algumas localidades da Grande São Paulo, como áreas de São Bernardo e Santo André, não estavam recebendo o sinal digital. A última página dedicada à TV digital mostrava um quadro com a evolução da TV no tempo e uma entrevista com o ator Lima Duarte, presente na

⁷⁶ “Uma história de apropriação do público pelo privado”, Informativo Intervozes, novembro de 2007, p. 7.

inauguração da televisão no Brasil, e que dizia achar que a TV digital “só vai pegar mesmo daqui a uns dois ou três anos”.

A expectativa citada pelo jornal de que Lula anunciaria algum incentivo à indústria para baratear os conversores aconteceu, mas não com isenção tributária como fora previsto. O noticiário do dia 3 de dezembro informava que Lula havia anunciado uma linha de crédito de R\$ 1 bilhão do BNDES para o comércio e indústria, com condições bastante favoráveis. A linha vinha se somar a outra de igual valor do BNDES, o Programa de Apoio à Implementação do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (Protdv), que havia sido lançada em fevereiro. Já reportagem do Globo do dia seguinte esclarecia, tendo como fonte o BNDES, que não eram duas linhas de R\$ 1 bilhão, e sim a mesma linha anunciada em fevereiro, à qual os varejistas poderiam ter acesso. Os juros do empréstimo seriam menores quanto menores fossem os juros cobrados pelas lojas ao consumidor.

Todo o esquema previsto para a inauguração funcionou. O ministro Hélio Costa voltou a dizer que o preço dos conversores iria cair e elogiou o Ginga. A reportagem traz ainda o presidente da ToTVs, Laércio Consentino, dizendo que era uma das empresas que iriam fabricar o Ginga. Ele disse que o software seria habilitado no primeiro semestre de 2008 e o custo do Ginga por conversor seria de R\$ 5.

A reportagem dizia ainda que, embora tivesse assento no Fórum do SBTVD, a TV Gazeta não tinha sido convidada para a festa de lançamento, e se declarou indignada. Na página seguinte, outra matéria tratava de mudanças no comportamento dos telespectadores quando a interatividade começasse, com base em pesquisas da PUC-Rio com telespectadores. Há ainda um box com texto legenda com uma família assistindo a TV decepcionada com o fato de os discursos de inauguração terem vindo com sinal analógico.

Em reportagem do Globo de 4 de dezembro, perguntado sobre o anunciado compromisso das indústrias japonesas de tecnologia de, em troca da adoção de seu padrão digital pelo Brasil, instalar uma fábrica de semicondutores, o ministro de Desenvolvimento, Miguel Jorge, que explicava na matéria a linha de financiamento para TV digital, disse desconhecer o termo do acordo: “_ Não sei se isso faz parte do contrato (de utilização da tecnologia), não estava no governo na época”.

Em 2008, continuava a sequência de matérias no Globo sobre o preço do conversor. Uma delas, de 30 de janeiro de 2008, informava que o ministro Hélio Costa disse que o

preço do conversor no Rio, dali a um mês, seria 45% mais baixo que o daquele momento em São Paulo, de R\$ 420 em média. Isso porque, afirmou, ele estava vencendo a queda de braço com os fabricantes. Além disso, o ministro afirmou que a Samsung lançaria nos próximos 30 dias um celular GSM para captar TV digital. Naquele momento São Paulo assistia, em alta definição, à novela “Duas Caras”, ao Campeonato Paulista e também a alguns quadros do “Fantástico” e a determinados filmes na TV Globo. A Rede Record transmitia em HD a faixa de filmes “Tela Máxima”, aos domingos. A RedeTV! era a única emissora com programação própria 100% digital, porém os programas de produtoras independentes continuavam analógicos. A Band transmitia em alta definição os telejornais e a novela “Dance Dance Dance”, além do programa Bandsports.

Reportagem do jornal O Globo de 17 de fevereiro de 2008 dava conta de que dois meses depois do lançamento do sistema de TV digital na cidade de São Paulo, a adesão dos telespectadores à nova tecnologia ainda era muito pequena, citava especialistas que apontavam como causa os altos preços dos conversores e a indústria que colocava como culpado o ministro Hélio Costa, que havia recomendado aos consumidores esperar os preços caírem para comprar.

Indústria e varejo não falam em números de vendas. Como a maior parte dos equipamentos foi importada da China, ou fabricada em pequenos lotes em Manaus, as empresas do setor dizem que não há como baixar os preços. Elas esperam ir reduzindo seus estoques com o lançamento, nos próximos meses, das transmissões digitais em outras cidades⁷⁷.

Ainda na reportagem, o presidente do Fórum do SBTVD, Roberto Franco (também diretor do SBT), informava que dez emissoras no Brasil já transmitiam digitalmente.

Na edição de 10 de março, uma reportagem disse que haveria uma reunião dois dias depois na Casa Civil para discutir a criação de um programa como o Computador para Todos, com redução ou isenção de PIS/Cofins. O objetivo era trazer o preço do conversor para R\$ 150.

Indústrias têm sido convidadas a apresentar ao Executivo os motivos pelos quais o custo do aparelho não cede. Fabricante chinesa instalada em Manaus, a Proview alega que uma das

⁷⁷ RODRIGUES, Lino & D'ERCOLE, Ronaldo. “Preço alto de conversor inibe adesão à TV digital. Indústria culpa governo”. In: O Globo, 17/2/2008, p. 35.

dificuldades para reduzir o preço aos consumidores é o fato de a margem de lucro do comércio ser de 30% sobre o preço da indústria. [...] A redução do ICMS é outra reivindicação dos fabricantes.

No dia seguinte, outra reportagem tratando do preço alto, ao informar que televisores preparados para a TV digital (entre R\$ 8 mil e R\$ 15 mil) e conversores já tinham chegado às lojas do Rio. A queda nos preços dos conversores e televisores digitais foi anunciada em reportagem do Globo de 15 de junho de 2008, mas na tabela de preços do infográfico o conversor mais barato para TV estava em R\$ 649,22, numa loja virtual. Apenas o conversor para computador estava mais em conta: R\$ 299. Hélio Costa afirmou que o conversor estava caro porque o cronograma de implantação da TV digital tinha sido antecipado em 18 meses, e que ele tinha certeza de que, em 18 meses, o conversor estaria em R\$ 100 a R\$ 150. Nenhum dos conversores disponíveis tinha Ginga.

Em 16 de julho O Globo anunciava para as semanas seguintes a chegada às lojas de um conversor a R\$ 299, fabricado pela taiwanesa Proview na Zona Franca de Manaus. Outros modelos mais simples seriam lançados nos dias seguintes a R\$ 199 e R\$ 249. Em reportagem de 17 de fevereiro de 2008, o ministro das Comunicações disse que o Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e o Banco Postal financiariam a compra em até 48 meses, mas as instituições levariam de 20 a 30 dias para preparar as propostas. E disse que se o governo retirasse o PIS/Cofins dos custos de produção o preço poderia cair mais. Em dezembro de 2008, reportagem do jornal volta a mostrar o ministro reclamando da atuação do governo em relação aos conversores, podendo levar o leitor/cidadão a pensar por que ele não resolve isso, sendo governo:

Ao fazer um balanço do primeiro ano das transmissões da TV digital no país, que começaram em 1º de dezembro de 2007, em São Paulo, o ministro das Comunicações, Hélio Costa, criticou ontem a falta de uma política industrial “capaz de atender às necessidades de se produzir em grande escala o conversor da TV digital popular”.

— Se tivesse um milhão de conversores populares para vender no Brasil, estaríamos vendendo — disse o ministro.

Costa lembrou que a tecnologia da TV digital já chegou, além da capital paulista, a várias cidades importantes, como Rio, Porto Alegre, Curitiba e Belo Horizonte. Ainda assim, disse ele, são produzidos no país apenas cem mil conversores por mês, enquanto a demanda é de mais de um milhão⁷⁸.

⁷⁸ TAVARES, Mônica. “Ministro cobra apoio para TV digital”. In: O Globo, 7/12/2008, p. 35.

A questão ainda não estava resolvida em abril de 2009, quando O Globo informou que “o ministro Hélio Costa fez elogios à rapidez da implantação (da TV digital) e disse que estava sendo tímida a posição do governo de melhorar o preço do conversor”⁷⁹.

2.4 A concorrência de outras mídias digitais

Uma das grandes expectativas dos defensores da democratização das comunicações para a TV digital, conforme já destacado anteriormente, era a inclusão digital do povo brasileiro via televisão, que estava nas casas de praticamente todos. Marcar consulta no SUS ou fazer testes de saúde via televisão, por exemplo, para quem não tinha internet, seria um grande avanço. Com o atraso da interatividade na TV, e a internet, mídia interativa por excelência, começando a se espalhar (embora ainda muito distante da universalização da TV), muitos interessados no tema começaram a se fazer a seguinte pergunta: não vai acabar sendo irrelevante a interatividade na TV digital?

De qualquer forma, do ponto de vista da inclusão digital, a opção de a internet se disseminar pela população seria muito positiva. Com praticamente todo o povo brasileiro tendo acesso à internet, não haveria necessidade de TV digital interativa. Mas ainda há outra opção: a internet chegar a boa parte da população, mas não a maioria, deixando os mais pobres de fora. A TV digital seria a opção para estes, porém, se a televisão perdesse verba publicitária, dificilmente decidiria investir na inclusão digital, uma vez que não há regulação que obrigue as emissoras a isso. Alguns dados apontam para os caminhos que o país estava tomando naquele ano de 2008. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) do IBGE de 2008 (divulgada em setembro de 2009) mostrou um crescimento de 21,4% no número de casas com computador e de 22,5% no de casas com celular. A tabela da próxima página mostra o acesso dos domicílios brasileiros a bens duráveis:

⁷⁹ TAVARES, Mônica. “TV digital começa a transmissão em Brasília”. In: O Globo, 23/4/2009, p. 22.

ACESSO A BENS

Telefone	82,1%
Somente celular	37,6%
Fogão	98,2%
Geladeira	92,1%
Máquina de lavar roupa	41,5%
Rádio	88,9%
Televisão	95,1%
Computador	31,2%
Computador com internet	23,8%

Fonte: IBGE – Pnad 2008.

A luz elétrica chegava em 2008 a 98,6% das casas. No estado do Rio de Janeiro a televisão estava em 98,4% das residências e o computador, em 40,9%, de acordo com reportagem do Globo sobre o Pnad de 20 de setembro de 2009. O IBGE divulgou em seguida novo cruzamento de dados da Pnad, publicado pelo Globo em 12 de dezembro de 2009, tratando da população em vez dos domicílios. O instituto informou que 53,8% dos brasileiros com mais de dez anos de idade tinham celular (86 milhões de pessoas, um salto de 54,9% em relação a 2005). Em relação à internet, 56 milhões de pessoas tinham acesso, representando 34,8% da população. Destas 57,1% acessavam de casa, 35,2% de lan houses e 31% do trabalho. Oitenta e dois por cento das conexões já eram por banda larga.

O fato de que uma minoria da população tinha internet em casa, informavam os dados, não significava que muitas pessoas que não tinham não podiam acessá-la do trabalho ou de lan houses. O rápido crescimento destas casas que alugam tempo em computadores conectados à rede por preços acessíveis foi permitindo um aumento do acesso a ela por brasileiros de baixa renda. Os dados do IBGE mostravam um crescimento de mídias que poderiam ser complementares, mas também concorrentes da TV digital: a internet e o celular, que já de algum tempo era considerado mídia digital, e não apenas o meio de comunicação ponto a ponto com a função de telefone móvel.

Em 13 de fevereiro de 2008, reportagem do jornal O Globo informava que, na semana anterior, a Abrafix, entidade que reunia Telefônica, Oi, Brasil Telecom, Sercomtel

e CTBC, tinha entregado à Anatel um documento que, entre outras coisas, pedia a liberação da produção de conteúdo pelas telefônicas (as quais, por lei, não podiam oferecer serviços de TV a cabo em sua área de atuação e estrangeiros não podiam ter mais que 49,9% de empresas de TV a cabo), com o objetivo de aproveitar a rede de fibra ótica (ADSL) instalada no país para serviço de TV por assinatura, o IPTV. E citava declaração do presidente da associação, José Pauletti: “A gente quer oferecer o serviço de TV por assinatura por qualquer tecnologia, cabo, TV por satélite, o que for mais conveniente, econômico”⁸⁰. A reportagem dizia que havia projetos piloto, como a oferta de vídeo on demand pela Brasil Telecom e um contrato de infra-estrutura de IPTV entre Oi e Nokia Siemens. Em outra reportagem da mesma edição, esta de pé de página, o presidente da consultoria Teleco, Eduardo Tude, explicava que a telefonia sem barreiras já era realidade na Europa e, na prática, nos EUA, onde as restrições foram revistas à medida em que avançava a convergência tecnológica. Segundo ele, já havia países, como Inglaterra, Índia e Argentina, onde as licenças eram únicas para prestar qualquer serviço.

Em 10 de março de 2008, reportagem do caderno Info Etc do Globo anunciava a chegada da TV digital ao celular em abril. Os produtos citados eram dois modelos da Vivo – um da Samsung e outro da Semp Toshiba, com antena e receptor interno que permitiriam assistir à TV aberta em tempo real, gratuitamente, mas ainda sem interatividade. Na mesma edição, outra reportagem informa ainda que o ministro Hélio Costa e uma comitiva de brasileiros e japoneses estavam indo para o Chile apresentar o SBTVD. O país anunciaria naquele mês sua escolha de modelo. Na matéria principal do caderno de economia deste dia a Abert comentava que as emissoras estavam acelerando a entrada em operação da TV digital para aproveitar os incentivos fiscais da importação de transmissores, que acabavam em dezembro de 2008.

A integração entre TV e computador dava mais um passo em 13 de março de 2008 “quando a TiVo, empresa pioneira em gravação digital em vídeo dos EUA, anunciou um acordo com o YouTube que fornecerá milhões de vídeos da web direto para as telas de TV”⁸¹. A reportagem lembrava que a Apple já tinha a Apple TV, com funções similares. Os

⁸⁰ ROSA, Bruno & TAVARES, Mônica. “Ao pedir mudança na lei, teles miram conteúdo”. In: O Globo, 13/2/2008, p. 25.

⁸¹ “Vídeos do YouTube estarão em breve nas TVs”. In: O Globo, 14/3/2008, p. 25.

clipes do YouTube seriam transmitidos por banda larga, chegando à TV via caixinha da TiVo.

Em 15 de março O Globo trazia uma matéria para crianças no caderno Globinho explicando em quatro parágrafos o que era e quando chegaria ao Rio a TV digital. Ainda em março, a revista Gestão C&T trazia uma entrevista com o deputado Walter Pinheiro (PT-BA) em que ele assegurava sua expectativa em relação à TV digital: “Somos um país onde mais de 70% da população não tem acesso à internet e a TV pode ser o passaporte para a inclusão digital no país. É claro que isso requer tempo e, sobretudo, vontade política para mexer em interesses privados”⁸².

Em 4 de abril, a coluna Negócios & Cia do Globo informava que o Proderj, estatal fluminense da tecnologia, estava montando com a PUC-Rio e a Secretaria de Saúde um programa com informações sobre a dengue e a rede de hospitais e postos do estado com o objetivo de veiculá-lo na TV digital. Haveria um ícone para interatividade por controle remoto. O presidente do Proderj, Paulo Coelho, esperava “sensibilizar autoridades e fabricantes a produzirem caixas de conversão da TV digital com recursos de interatividade”⁸³. Os criadores do Ginga se movimentavam para transformá-lo em algo útil na prática para os telespectadores/cidadãos, como no exemplo acima. Enquanto isso, o governo federal firmou, em abril de 2008, um compromisso com as operadoras de telefonia fixa para garantir para as escolas de ensinos médio e fundamental urbanas do país conexão gratuita à internet em alta velocidade até 2025. O governo também finalizava um programa com as operadoras de celular para conectar as 90 mil escolas rurais do país. O ministro Hélio Costa defendeu a mudança na Lei Geral de Telecomunicações para liberar recursos do Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (Fust) para o programa, de acordo com reportagem de 9 de abril de 2008.

No mesmo dia, uma espremida reportagem de apenas uma coluna e quatro parágrafos no Globo informava que a Rede TV! havia iniciado na véspera a transmissão digital no Rio. Era sabido por quem acompanhava o tema que a Rede TV! sempre estivera bastante adiantada no processo de digitalização, especialmente por ser uma emissora mais nova que, ao se equipar, já fora comprando equipamentos digitais. O evento foi minimizado

⁸² LIONÇO, Isadora. “Deputado defende questões sociais na implantação da TV digital”. In: Revista Gestão C&T, março de 2008, p. 8.

⁸³ OLIVEIRA, Flávia. “Política pública na TV Digital”. In: O Globo, 4/4/2008, p. 26.

pelo jornal ao dar tão pouco espaço a ele. Dos quatro parágrafos, apenas dois tratavam da Rede TV!, informando que a emissora investira US\$ 20 milhões em equipamentos e transmissores, 100% da grade já estariam na nova tecnologia (um feito, comparando-se com as demais emissoras) e que dois dias antes já haviam começado as transmissões digitais em Belo Horizonte. Os demais parágrafos diziam que a Globo já estava transmitindo em caráter experimental e “a estréia está prevista para o fim de maio”⁸⁴ – adiando, sem mais explicações, a data prevista e alardeada de 20 de abril; que SBT começaria as transmissões entre setembro e outubro (tendo investido US\$ 5 milhões inicialmente) e a Record começaria a transmitir em fim de junho, tendo investido R\$ 300 milhões. A Record, principal rival da Globo na disputa por audiência, apesar de começar antes e ter investido mais que o SBT, foi deixada para o pé da matéria.

Foi apenas em 15 de junho de 2008, um domingo, que o jornal O Globo anunciou, em uma página e meia, que a TV Globo transmitiria digitalmente para o Rio de Janeiro a partir do dia seguinte, começando com a novela “A favorita” e seguindo com o restante da grade de programação (em Belo Horizonte, a Rede TV! tinha começado a transmissão digital em 7 de abril e a Globo, em 25 de abril). Ao tratar dos preços dos conversores (conforme já relatado acima), a matéria informou que nenhum dos conversores disponíveis naquele momento tinha Ginga:

(Fernando) Bittencourt, (diretor de Engenharia) da TV Globo, ressalta que a interatividade não está disponível nos receptores do mercado. Apesar dos vários testes, ainda não há uma data prevista, diz o executivo:

— Já há centros de pesquisa no Brasil estudando aplicações interativas, e a TV Globo está desenvolvendo testes com alguns dos nossos conteúdos⁸⁵.

Naquele momento, a Positivo Informática, fabricante de conversor, estimava que a cidade de São Paulo teria no máximo 20 mil conversores, enquanto que o vice-presidente do Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital, Moris Arditti, acreditava que havia o dobro, reconhecendo que o processo era lento. Mota (2009, p. 231), citando reportagem da Folha

⁸⁴ ROSA, Bruno & ANTUNES, Elizabete. “Rede TV! inicia transmissão de TV Digital no Rio”. In: O Globo, 9/4/2008, p. 21.

⁸⁵ TAVARES, Mônica & ROSA, Bruno. “TV Globo inicia transmissão digital no Rio”. In: O Globo, 15/6/2008, p. 38.

On Line de 7/6/2008, informou que isso correspondia a menos de 1% da audiência local do Ibope.

Nem todos os programas transmitidos digitalmente pela TV Globo seriam em alta definição; a maioria ainda era em definição padrão (standard), assim como na Band, que anunciou as transmissões digitais para o Rio das Olimpíadas de Pequim. Na festa da estreia da Globo do Rio na era digital, o ministro Hélio Costa disse que iria acontecer no Brasil o mesmo que no Japão, onde “as audiências das emissoras aumentaram sensivelmente em horários diurnos”⁸⁶. O diretor-geral da TV Globo, Otávio Florisbal, afirmou que, se houvesse preços adequados, a audiência subiria com a possibilidade de ver TV em dispositivos móveis, no trânsito, por exemplo.

A digitalização trouxe também dificuldades e adaptações para figurinistas, cenógrafos e outros profissionais, gerando um encarecimento das produções. Com a alta definição, os cuidados com a maquiagem, cenários e figurino tiveram que aumentar. O pancake, por exemplo, uma espécie de massa corrida muito usada como base para criar uma pele de pêssego no rosto de atrizes na TV analógica, ficaria muito artificial com o nível de definição da TV digital. Guilherme Pereira, maquiador de novela da TV Bandeirantes, explicava em reportagem do Globo que algumas marcas de cosméticos já fabricavam produtos especialmente para HD, mas os atores teriam que cuidar mais da pele. Na Band, segundo ele, já havia esteticistas fazendo até cauterização de espinha nos atores. Na TV Globo, até os profissionais da lavanderia tiveram palestras sobre o assunto, para não haver roupas amarrotadas. “Antigamente, se um botão caía, podíamos pôr outro de uma cor diferente que ninguém ia reparar – diz (Celso) Araújo (gerente de operações e engenheiro responsável pelo desenvolvimento e aplicação de HD na Rede Globo). – Agora não será mais possível”⁸⁷.

Reportagem de capa da Revista da TV do Globo em 13 de julho de 2008 trazia mais informações sobre o “Universo de detalhes” que complicava e encarecia a produção na era HD – a mesma revista que jamais abriu suas páginas para discussões em torno do modelo de TV digital, diga-se. A repórter acompanhou por um dia a produção do seriado “A grande família”, e constatou que, com o HD, o fundo de cena, que antes aparecia desfocado, agora

⁸⁶ ROSA, Bruno & ORDOÑEZ. “Com novela, Globo estréia na TV digital no Rio”. In: O Globo, 17/6/2008, p. 27.

⁸⁷ MACHADO, André. “Um novo mundo de possibilidades”. In: O Globo, 25/11/2007, p. 30.

também fica nítido, e detalhes como quadros, vasos e outros enfeites passam a se destacar mais. “Uma cabeça de prego mais para fora salta aos olhos. Qualquer tipo de brilho, por menor que seja, estoura a luz”⁸⁸, informava a repórter Simone Mousse. A cenógrafa do programa, Luciane Nicolino, explicava que tem que ser feita uma junção precisa do papel de parede estampado, para não dar diferença; que o branco passou a ser proibido, porque absorve mais luz e abre o contraste, então foi preciso passar a usar cinza claro e bege para parecer branco; e na hora de desmontar o cenário a embalagem dos móveis é feita com cuidado extra, porque qualquer arranhão agora aparece.

No figurino, os tecidos não podem ter linhas aparentes, e muitas roupas são feitas com tecidos de estofar, que são mais encorpados, sempre evitando brilhos. Bigodes falsos e perucas podem brilhar demais se os fios forem sintéticos. O diretor de “A grande família”, Maurício Farias, explicou que quando começou, nos anos 80, tudo era close, e isso muda muito com o HD:

“A imagem de fundo não era nítida, então os diretores não abriam o plano, porque perdia a força. Agora tudo aparece, há mais possibilidades de câmera. Para o programa foi ótimo, porque posso botar todos os atores no mesmo quadro. Mas ainda há obstáculos. O HD é excepcional para o realismo. Mas nós fazemos ficção, não realidade. Então é preciso adaptar o HD para a TV”⁸⁹.

No âmbito da TV por assinatura, outro concorrente da TV aberta (digital ou analógica) por audiência, a Net havia começado em 6 de maio de 2008 a transmitir em alta definição, lançando o conversor Net digital HD Max. Ele incluía serviços como gravação de conteúdo e seleção de programas em pastas personalizadas.

A Globosat criou para o Rio um canal especial 100% HD, com seis horas de programação diária, de 20h às 2h, reprisada em outros horários, com filmes, apresentações musicais, jogos de futebol e programas de variedade, vindos dos canais Multishow, GNT, Telecine e Sportv. O conversor custava R\$ 799 em dez prestações. Com ele, o assinante não precisaria comprar conversor para a TV digital aberta, pois os canais abertos já eram distribuídos pela Net⁹⁰. Em junho a Net anunciou que tinha feito parceria com a Bandeirantes, Rede TV!, MTV e TV Globo para exibir os conteúdos em alta definição.

⁸⁸ MOUSSE, Simone. “Universo de detalhes”. In: O Globo, Revista da TV, 13/7/2008, p. 12-14.

⁸⁹ MOUSSE, Simone. “Universo de detalhes”. In: O Globo, Revista da TV, 13/7/2008, p. 12-14.

⁹⁰ ROSA, Bruno. “Net inicia transmissão em alta definição no Rio, com novo canal”. In: O Globo, 7/5/2008, p. 28.

Naquele momento a previsão era de que a TVA lançaria seu decodificador HD no segundo semestre e a Sky/DirecTV, no início de 2009⁹¹.

Na Net, com interatividade local, tornou-se possível pressionar o botão “info” do controle remoto para saber nome e outros dados do programa que estava sendo exibido no momento, e também acessar um menu com a programação de todo o dia de cada canal. No “Big Brother Brasil”, em janeiro de 2010, era possível, para quem assinasse o pay-per-view, acompanhar notícias atualizadas, conhecer o histórico de cada integrante do programa, participar de enquetes e ter acesso a todos os resultados. Ou seja, entretenimento para os fãs do programa, mas nada que possa mudar para melhor a vida do cidadão. As outras opções para interatividade na Net em janeiro de 2010 eram as seguintes: ClimaTempo (com a previsão do tempo para a cidade no dia), Esotérico (com uma mensagem de auto ajuda), Destaques (com o que a Net quisesse destacar, por exemplo, a venda do pay per view do Big Brother Brasil 10), Vendas Net (para comprar pelo pay per view jogos de futebol, Cartoon Games e canais adultos – eufemismo para pornô), TV Games (com as opções de jogos Come-come, Muro, Serpentix e Bloquis), Futebol (tabelas de jogos, classificação e horários de transmissão) e Música (30 canais de música com áudio digital).

Na Sky, quem tinha recursos de interatividade poderia escolher o programa que queria assistir por gênero. E no Mosaico iTV havia as seguintes opções de interatividade a partir do controle remoto: Sky Games (com batalha naval, paciência, damas, campo minado, black jack, vídeo poker, sudoku, forca, sokoban e dominó); Esotérico (com horóscopo, tarô – “mentalize uma pergunta e escolha uma carta do baralho”; numerologia - inserir a data de nascimento e a data da consulta; e sinastría - inserir seu signo e o signo do parceiro para ver se são compatíveis); Fórmula 1 (notícias em texto, tabelas com ranking e calendário); Futebol na Sky (classificação e tabelas); Sky compra rápida (para pay per view e mudança de pacote); Minha Conta (extrato, débito automático, boleto bancário e pacotes de programação); Loterias (resultados das loterias); Pacotes de programação (definição dos pacotes). O canal de retorno para interações como na Minha Conta, onde é preciso entrar com o CPF do assinante para receber informações sobre o pagamento à Sky, é pela linha

⁹¹ TAVARES, Mônica & ROSA, Bruno. “TV Globo inicia transmissão digital no Rio”. In: O Globo, 15/6/2008, p. 38.

telefônica. O assinante recebe da Sky um cabo para ligar na linha de telefone fixo, caso deseje.

A revista Digital do Globo comparou, na edição de 20 de julho de 2009, os sistemas de alta definição da Sky e da Net, especialmente a gravação de programas. A conclusão era de que o da Sky levava “ligeira vantagem”, mas na sequência da matéria a relação de itens em que a Sky era melhor era longa: entre outras coisas, o sistema da Sky era mais fácil de manipular, o da Net levava o usuário a um canal default da grade HD da Net quando se tentava acessar os programas gravados e o da Sky tinha o dobro de capacidade de gravação. Naquele momento, os preços dos pacotes em alta definição, com direito à gravação, eram os seguintes: na Net, três pacotes entre R\$ 159,90 e R\$ 244,90 por mês; na Sky, dois pacotes por R\$ 229,90 e R\$ 253,90.

Em 7 dezembro de 2008, reportagem do Globo informava que a TV digital aberta chegaria em poucos dias a Salvador e Campinas; que o ministro Hélio Costa pretendia negociar com o BNDES uma linha de financiamento e redução de imposto com o governo para a indústria; e que tinha sido assinado no Palácio do Planalto o protocolo para a implantação da rede de TV digital para as televisões públicas, em Parceria Público-Privada e coordenada pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

2.5 Palestras desvendam intenções do mercado

Em seminários e congressos, representantes das emissoras – a princípio, sempre da área técnica e, mais tarde, também em cargos de direção geral – mostravam que seu interesse na TV digital era mais comercial do que qualquer outra coisa e alguns chegavam a dizer explicitamente que, se pudessem, não haveria digitalização para não tumultuar seu mercado. Fernando Bittencourt, diretor da Central Globo de Engenharia, afirmou em congresso em agosto de 2008 que não via sentido na multiprogramação (dividir o canal em quatro programas diferentes ou enviar diferentes tipos de programa para TV e celular) porque o dinheiro para a produção de programas era o mesmo e “não faz muito sentido gastar para produzir mais. Quem fizer isso vai estar competindo com o mesmo mercado que existe hoje. O modelo de publicidade não vai mudar por ser multiprogramação”. Tentando

enterrar de vez a idéia da multiprogramação, o diretor da Globo afirmou que “abrir mão da alta definição é fatal”.

Reportagem do jornal O Globo de novembro de 2007 já registrara esta opinião de Bittencourt:

A multiprogramação (...) é vista com desconfiança. Segundo as emissoras, seu modelo de negócio, calcado em venda de publicidade, não suportaria o aumento dos custos de produção.

_ Para transmitir mais de um programa de cada vez, tem que aumentar o número de produções. E onde está o dinheiro para isso? – indaga Fernando Bittencourt, diretor de Engenharia da Globo⁹².

A divisão do espectro de frequências poderia servir, além da multiprogramação feita por uma emissora, para que novos canais fossem criados, com novos donos. A Rede Globo e demais emissoras não querem nem mesmo que novos canais sejam criados com os mesmos donos, cada emissora analógica sendo dona dos quatro canais digitais ou mais possíveis na sua banda de frequência, quanto mais novos concorrentes. Preferem defender a alta definição e usá-la como desculpa para manter o antigo limite técnico do VHF de sete canais em cada localidade. Como diz Gorz:

Sempre se trata de contornar temporariamente, quando possível, a lei do mercado. Sempre se trata de transformar a abundância “ameaçadora” em uma nova forma de escassez, e com esse objetivo conferir às mercadorias o valor incomparável, imensurável, particular e único de obras de arte, que não possuem equivalente e podem ser postas à venda a preços exorbitantes. Prefere-se a criação artificial de escassez à criação da maior prosperidade geral possível. A primeira permite o melhor aproveitamento do capital (GORZ, 2005, p. 11).

A partir de Ortiz, em livro escrito em 1988, podemos ver que a lógica das Organizações Globo permanece a mesma de anos atrás:

Baseada na ideia de venda e de eficiência, a ideologia dos dirigentes da indústria cultural tende a afastar qualquer problemática que interfira na racionalidade da empresa. Como afirma um intelectual da Rede Globo de Televisão, ao fazer o balanço das conquistas de comercialização da empresa: “É um fato que a mídia se tornou menos política e centrada agora na eficiência. Isto a Rede Globo proporcionou ao mercado: procura a Globo quem precisa de resultados e respostas comerciais” (ORTIZ, 2001, p. 152).

⁹² FERNANDES, Lilian. “Emissoras lançarão pouco conteúdo em HD”. In: O Globo, 25/11/2007.

É o que ela continua fazendo hoje. Baseada nesta dita racionalidade, basicamente financeira, vai fugir a qualquer preço de qualquer mudança que aumente seus custos sem trazer mais lucro. Dupas deve ser lembrado aqui, pois mostra que a questão de a eficiência, na pós-modernidade, está acima dos valores e da moral. “No mundo pós-moderno, as técnicas obedecem ao princípio de otimização das *performances*. [...] O objetivo não é o verdadeiro, ou o justo, ou o belo, mas simplesmente o mais eficiente” (2001, p. 116). Eficiência, no caso, para ter o maior lucro possível.

Ainda no congresso sobre TV digital citado acima, do Instituto de Estudos de Televisão de agosto de 2008, o assessor para Assuntos Internacionais do Ministério das Comunicações, Jeferson Fued Nacif, disse, após sua palestra, que não sabia se o ministério estava estudando propostas de leis ou regulações para a TV digital e acrescentou que a orientação era esperar para ver: “Enquanto aguardamos o desenvolvimento das tecnologias vamos deixar como está”, explicou. Ou seja, nenhuma política pública para o setor, o Ministério das Comunicações preferia deixar o mercado à mercê da lei do mais forte.

Todas as redes de televisão brasileiras se diziam comprometidas com o projeto de TV digital, mas pouco se falava de conteúdo. Nos congressos, seminários e palestras sobre o assunto eram enviados representantes da engenharia e, em alguns casos, altos executivos, mas ninguém ligado diretamente à produção de conteúdo. Vejamos os representantes das emissoras no congresso do Instituto de Estudos da Televisão (IETV) de agosto de 2008, quadro que pouco ou em nada diferia de outros eventos sobre o tema: pela TV Globo, o diretor da Central Globo de Engenharia, Fernando Bittencourt; pela Rede Bandeirantes, o vice-presidente Frederico Nogueira; pela Record, o diretor de Tecnologia, José Marcelo do Amaral; pelo SBT, Alexandre Sano, executivo de Tecnologia.

Naquele 5º Fórum Internacional de TV Digital do IETV, Fernando Bittencourt mostrou pesquisa dizendo que as pessoas estão dedicando mais tempo a assistir vídeos: de 2007 para 2008 caiu o percentual de tempo destinado à TV em relação a outros meios, mas em número de horas, segundo ele, o tempo se manteve (o que ele não destacou é que o tempo para internet tinha aumentado). “É o mesmo tempo hoje que há dez anos”, garantiu.

Bittencourt disse que existe uma diferença conceitual muito grande entre TV digital terrestre e o que ele chamou de Telco TV (a TV por celular, por exemplo): “A mídia de

telecomunicações tem um custo para a audiência. Quanto maior a audiência, maior o custo para quem está gerando. Quanto mais pessoas conectadas na internet, IPTV, maior o custo. E tem limite. Na TV aberta o custo não tem diferença”, afirmou. Para o diretor da Globo, o modelo que vai ter que surgir na TV digital é o usuário demandar conteúdo, como um replay ou um compacto, via rede de telecomunicações, e pagar por ele.

Respondendo a pergunta da plateia sobre quando haveria interatividade plena e o que as emissoras acham disso, Bittencourt explicou que no celular o middleware estava definido e agora começaram as conversas com as companhias de telefonia. “Vai acontecer rápido. Em casa ainda está uma discussão por causa da indefinição no middleware, mas teremos a melhor do mundo”, garantiu, para logo em seguida ser menos otimista: “É difícil porque (a interatividade) compete com o programa, mas é bom para o telespectador. Assim que tivermos definição do middleware vai ter isso, mas é difícil, porque se a interatividade for menos interessante que o programa...” E comentários de dentro da Globo mostram que a interatividade, para ela, ainda era muito incipiente, muito distante. Uma funcionária da emissora que não quis ser identificada explicou que “tem que discutir roteiro, como vão atrelar conteúdo com interatividade”, lembrando que a parte tecnológica a engenharia já tinha resolvido há muito tempo e já havia naquele momento parcerias com empresas para produzir softwares para interatividade. Outra pessoa, de fora da emissora, que trabalhava diretamente com a questão da interatividade, disse que “a Globo posa querendo que aconteça a interatividade e, ao mesmo tempo, bloqueia”.

Em sua palestra no congresso do IETV, Frederico Nogueira, um dos vice-presidentes da Bandeirantes, começou falando da alta definição, que já estava em todo o jornalismo e novelas das emissoras. Ao tratar da interatividade, mostrou (durante quase todo o tempo dedicado ao assunto) exemplos de vendas pela TV digital. Disse que se medirem quantas pizzas a Band vendeu e quantas o concorrente vendeu a emissora pode levar algo por isso. “O custo de produção deste tipo de anúncio simples é baixo”, afirmou. Nogueira, que no fim de 2008 foi eleito presidente do Fórum Brasileiro de TV Digital para o biênio 2009/2010, disse também que o jornalismo não está pensando tanto quanto deveria em fornecer informações de texto, clima, etc. Sobre interatividade plena fora dos comerciais, falou apenas na possibilidade de votar em música no programa do Raul Gil. A apresentação nada trouxe de concreto em relação à interatividade. Apenas após uma

pergunta mais direta da plateia sobre o assunto Nogueira disse que pensa também que a TV digital interativa pode ser usada para marcação de consultas e declaração do Imposto de Renda. “Todos nós já investimos alguns milhões nesses testes, só temos que esperar as especificações. Isso até pode alterar o ranking de audiência das TVs”, afirmou.

No entanto, até o momento da redação desta tese, não havia ainda anúncios ou merchandising interativos na TV digital aberta (nem na fechada, diga-se), que eram o filão destacado por Nogueira como maior possibilidade de renda para as emissoras na interatividade via televisão. Freire Filho lembra que a televisão já consegue receita alternativa, além do merchandising, em programas como o “Big Brother Brasil”,

por intermédio da venda da versão 24 horas em *pay-per-view*, (condicionada, por sua vez, à compra de algum pacote da NET), da comercialização de espaço publicitário no site oficial e no canal Multishow (realizada de forma independente dos contratos fechados pela TV Globo), da participação no montante arrecadado com ligações e mensagens de texto da audiência (por meio de parcerias firmadas com operadoras de telefonia celular e fixa), do licenciamento de produtos, como o jogo para computador Big Brother Brasil, e da venda de roupas, acessórios e utensílios domésticos (camisetas, bonés, bolsas, *nécessaires*, mochila, avental, faqueiro, copo, caneca) com a marca do programa, encontráveis na Loja BBB do site oficial (FREIRE FILHO, 2007, p. 79-80).

Com tantas fontes de receita, por outros meios interativos a partir de um programa de TV aberta, não é de se estranhar o fato de que as emissoras relutem em usar para este fim (ou para outro qualquer) a interatividade da própria televisão, a qual pode fazer com que o telespectador que esteja interagindo com o anúncio ou programa deixe de ver o anúncio seguinte, causando danos ao modelo de negócios das emissoras.

Alexandre Sano, executivo de Tecnologia do SBT, falou um pouco mais que os outros sobre interatividade. Contou que o SBT tem um grupo de trabalho multidisciplinar focado em interatividade e que faz parcerias com empresas para o desenvolvimento de aplicações. Ele citou como possibilidades de interação pensadas na emissora enquetes, o programa “Topa ou não topa”, votação no programa “Astros” (reality show musical) e promoções durante os intervalos. “O mercado vai ditar o que é melhor para a interatividade no Brasil”, sentenciou, fazendo parecer que a falta de um marco regulatório voltado para o interesse público vai fazer com que a interatividade seja usada apenas para aplicações lucrativas para as emissoras.

Sano lembrou ainda que a TV digital pode trazer para a TV aberta benefícios como um guia de programação, bloqueio de canais (baseado na classificação indicativa) e a possibilidade de fazer downloads. E, como os representantes das outras emissoras, tratou da alta definição, dizendo que o SBT aumentou sua produção em alta definição e que as compras de programas no exterior já levavam isso em conta.

Respondendo à pergunta da plateia sobre interatividade, Sano afirmou que a local vai acontecer em velocidade maior que a plena. “A plena todos têm interesse, até porque você consegue medir o telespectador, saber retorno da programação, o que acha”, completou. Apesar do interesse declarado, nada de concreto existia ainda. Já o diretor de Tecnologia da Rede Record, José Marcelo do Amaral, foi mais claro, afirmando que era preciso ter um conservadorismo e que as iniciativas, naquele momento, estavam indo para a interatividade local. “Tivemos reunião com banco grande que já imagina fazer transações pela TV digital. Mas temos que ser conservadores, porque temos que ver como vai impactar no vídeo, na tela inteira. O negócio de comprar pizza parece interessante, mas tem que ter um pé no freio para pensar nisso”, ponderou o executivo da Record.

Para este 5º Fórum Internacional de TV Digital o Ministério das Comunicações mandou, no lugar do seu secretário de Telecomunicações e então presidente do Fórum de TV Digital, o assessor para Assuntos Internacionais, Jeferson Fued Nacif, conforme já dito. O evento se consolidou como uma das principais vitrines da discussão sobre a TV digital, e o ministério enviou, no lugar de seu representante confirmado, um funcionário que, embora solícito e aparentemente competente, estava preparado para vender a estrangeiros o modelo nipo-brasileiro de TV digital e foi mandado de última hora para o evento, por estar no Rio de Janeiro para participar de outro. Resultado: uma palestra rasa para os critérios daquela audiência e usando powerpoint em espanhol. Na hora das perguntas da platéia, ele não sabia dizer se existia algum financiamento ou incentivo do Ministério das Comunicações para conteúdo e sugeriu que talvez houvesse no Ministério da Cultura.

O governo de fato tinha uma linha de crédito para conteúdo de TV digital, embora não no Ministério das Comunicações. No mesmo congresso do IETV representantes de produtoras de vídeo e de canais por assinatura ficaram intrigados com a apresentação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), que opera esta linha (já citada anteriormente), porque não ficou em nada claro como ela poderia ser útil a um

produtor de conteúdo se o objetivo for democratizar, e não concentrar, a produção. O chamado Programa de Apoio à Implementação do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (Protvd) tem um total de R\$ 1 bilhão para emprestar até 2013 e se divide em três tipos de financiamento: Protvd Fornecedor, para desenvolvimento de tecnologia, compra de equipamentos, etc, para fabricantes de transmissores e receptores; Protvd Radiodifusão, destinado às emissoras de TV para construção de infra-estrutura digital e de estúdio; e o Protvd Conteúdo, voltado para a produção de conteúdo nacional.

Embora há vários anos os técnicos que dão palestras sobre o assunto já vinham dizendo que “agora é a vez do conteúdo”, para este congresso o BNDES enviou um representante do Protvd responsável pelos financiamentos à indústria eletrônica. Marcelo Goldstein explicou que o financiamento para conteúdo é para emissoras, mas elas têm condições melhores se comprarem conteúdo de produtores independentes. Em conversa informal após a palestra, perguntado sobre para que serve financiamento para produção de conteúdo se a TV não é como o cinema, que vai ter bilheteria depois para pagar pelo empréstimo (programas da TV comercial são normalmente financiados por patrocínio, anunciantes) ele não soube responder, explicando que outra área tratava do conteúdo.

Esta outra área era o Departamento de Cultura do BNDES. A gerente, Patrícia Vieira⁹³, contou que nenhuma operação tinha sido aprovada ainda nesta linha. “Quando a empresa entra com o pedido é feita uma análise e uma classificação da empresa de acordo com os limites de exposição ao risco. São usados, para isso, indicadores financeiros da empresa, como rentabilidade, patrimônio líquido e lucro. E as empresas radiodifusoras que se interessaram não se enquadraram nos critérios”, explicou ela.

O Protvd Conteúdo, de acordo com o BNDES, financia a produção de conteúdo audiovisual brasileiro produzido pelas emissoras para TV no valor mínimo de R\$ 3 milhões e apoia até 60% dos itens financiáveis do projeto, com taxa de TJLP mais 3% ao ano. Além disso, financia, com condições mais favoráveis, a aquisição, por parte das concessionárias, de conteúdo de produtoras independentes. Nesse caso, o financiamento será de até 90% dos itens financiáveis do projeto, com TJLP mais 2% ao ano.

Mas existe uma outra linha de crédito que as produtoras independentes podem usar para financiar programas interativos. É o ProCult, que serve para o audiovisual como um

⁹³ Entrevista concedida a mim em dezembro de 2008.

todo, e pode ser usada também para TV digital. O limite mínimo para empréstimo é de R\$ 1 milhão, o que já é pouco para os padrões do BNDES, que, em geral, tem um limite mínimo de R\$ 10 milhões nas linhas de financiamento. Isso, na prática, inviabiliza a participação de pequenas produtoras. Patrícia Vieira, porém, explica que a maior parte dos bancos comerciais é credenciada pelo BNDES para emprestar valores mais baixos desta linha de crédito, cobrando uma taxa além dos juros, a ser negociada com o cliente. E, segundo ela, o ProCult tem regras mais flexíveis de exposição ao risco que o ProTVd. Apesar das aparentes vantagens, nenhuma produtora se interessou em usar o empréstimo para produzir conteúdo para TV digital.

O único financiamento que estava tendo saída para conteúdo (duas operações já fechadas) é uma modalidade de ProCult que tem o objetivo de incentivar a entrada de produtoras brasileiras no mercado internacional. Para cada R\$ 1 milhão emprestados (o mínimo por operação) o BNDES oferece R\$ 750 mil a fundo perdido (através da Lei do Audiovisual). Ou seja, o produtor ganha dinheiro para fazer os programas. Mas, para isso, a produtora brasileira precisa ter um projeto em co-produção com uma produtora estrangeira, com, no mínimo, 40% de participação dos brasileiros. E o projeto não precisa ser para TV digital. Não há nesta linha, que parece ser a única interessante para um produtor de conteúdo, nada que incentive o desenvolvimento da produção de conteúdo nacional, muito menos do conteúdo interativo.

Em relação à democratização deste conteúdo, com várias vozes podendo se expressar, coisa que o governo afirmou ser seu interesse na criação da TV Brasil, a palestra de Marcelo Goldstein e a conversa informal posterior, que incluiu duas representantes de canal por assinatura, mostrou que, ao menos no que diz respeito a recursos financeiros que incentivem, o governo não parecia tão preocupado com o tema. Na palestra, Goldstein comentou da possibilidade de empréstimos às produtoras com valor mínimo de R\$ 1 milhão, e já ouviu o protesto de um produtor independente no momento das perguntas da plateia. Na conversa informal após as palestras, ouvindo o mesmo protesto e que apenas um par de produtoras seriam capazes de pegar empréstimos deste valor, ele disse que o melhor é ter poucas grandes do que muitas pequenas. Este tipo de análise parece puramente financeira, pensando na operacionalização do empréstimo, e não na democratização e diversificação do conteúdo que esta pulverização pode trazer.

Gustavo Gindre, do Coletivo Intervozes, afirmava que este financiamento do BNDES havia tornado o acordo Brasil-Japão para TV digital ilegal:

Porque a Constituição define que qualquer acordo feito pelo governo brasileiro com outro país que envolva recursos públicos tem que ser aprovado pelo Congresso Nacional. E esse acordo não passou pelo Congresso Nacional, então na hora em que o BNDES põe um real que seja, esse acordo passa a ser inconstitucional. Essa é a primeira questão, e cabe aí um questionamento e com certeza os questionamentos virão do ponto de vista de uma ação de inconstitucionalidade no Supremo Tribunal Federal. Segundo o fato de que trata-se do BNDES pegar dinheiro público, sem nenhum critério público, sem nenhuma pré-condição, então eu te empresto o dinheiro mas eu não vou exigir de você que você tenha conteúdo regional, produção independente, que você leve em consideração os preceitos constitucionais de informação, de prestar serviços à comunidade, de produzir cultura nacional, sem nada disso. Eu te empresto dinheiro, você não faz nada em troca, faz uma programação de péssima qualidade, porque a programação da TV aberta no Brasil é muito ruim, você faz uma programação de péssima qualidade com dinheiro público, quer dizer, é o melhor dos mundos. E você não precisa nem prestar contas porque o seu contrato é secreto, ninguém sabe o que diz o seu contrato. Realmente a TV no Brasil, como disse a deputada Luiza Erundina recentemente, é provavelmente o setor mais privatizado, com menos acesso da legislação, da instituição pública, do debate democrático do Brasil. É uma caixa preta inviolável⁹⁴.

Outra palestra do congresso de 2008 do IETV foi de Ara Apkarian Minassian, superintendente de Serviços de Comunicação de Massa da Anatel. Ele destacou o fato de que as emissoras sempre quiseram ter mais potência, e que a digitalização faria com que todas tenham a mesma potência. Segundo Ara, o sinal chegando bem nos televisores foi uma vantagem da Globo por muito tempo, e agora a diferença estaria no conteúdo. O superintendente disse ainda que em meados de 2009 haveria set top box com Ginga.

Nas entrevistas feitas até aquele momento, representantes dos movimentos populares mostravam uma grande dificuldade de lutar por uma TV digital democrática na contramão dos interesses das grandes emissoras de TV e tanto eles quanto alguns altos executivos de fabricantes de celular com sede em países europeus apontavam o ministro das Comunicações, Hélio Costa, como representante direto das emissoras no governo, defendendo seus interesses e determinando as decisões governamentais. Conversei com Adílson Cabral, professor da Universidade Federal Fluminense e ex-editor do informativo eletrônico “7 pontos”, e ele deu o seguinte depoimento sobre sua militância na questão da

⁹⁴ Entrevista em vídeo a Jocelino Pessoa, aluno do professor Ernani Ferraz na disciplina Comunicação Audiovisual da PUC-Rio, em 2 de junho de 2009

TV digital e um exemplo de divisão que ocorreu no movimento social por uma TV digital democrática:

Minha militância é através do “7 pontos”, criado em 2003 para atuar no Cris Brasil, para fazer a ponte entre alunos, pesquisadores, professores do Brasil, América Latina, trazer para a universidade os debates de comunicação que são incipientes até entre os colegas. Mostrar que os meios funcionam com base na política. Os alunos já entram com a mentalidade moldada pelo mercado, não gostam de política, então esse debate é complicado de fazer. A gente deu uma parada, eu e minha esposa, por causa da nossa filha e outras atividades. Eu já estava querendo parar com o modelo de muito texto, queria periodicidade menor e textos menores. Apareceram projetos de pesquisa. Os textos do 7 pontos funcionam como ensaio de artigos. Fizemos muitos artigos com base nas matérias do 7 pontos e vice-versa. Paramos em maio de 2007. Era periodicidade mensal. A idéia era ser sempre sete artigos, mas às vezes tinha mais, às vezes, menos.

Eu fazia parte do grupo ComunicAtivistas do Rio, que foi uma dissidência do FNDC. Ainda faço parte, mas não de forma tão ativa. Sou co-fundador do FNDC do Rio, em 1989, mas quando me dei conta de que era institucionalizado, centralista e burocrático, no sentido de não incorporar a diversidade de atores em sua gestão, saí, em 2003 ou 2004, com Gustavo Gindre, Cláudia Abreu, ex-aluna da UFF, militante do rádio livre, Rafael Freitas, que foi para a Globo, Taís Ladeira, diretora da Rádio Nacional da Amazônia, com sede em Brasília. O ComunicAtivistas era para trabalhar a militância, um canal comunitário e ativista para a democratização da Comunicação⁹⁵.

O cientista social Boaventura Santos alerta para a divisão entre os movimentos sociais, opinando que enfraquece sua luta, e que isso acontece muito por causa de uma tradição nefasta na política de esquerda: a crença de que politizar uma questão é polarizar uma diferença. Ou seja, os movimentos, como são diferentes entre si, acabam polarizando, defendendo cada qual o seu ponto de vista e se dividindo. Por isso Santos propõe uma cultura política baseada em “pluralidades despolarizadas”. “O capitalismo vive da possibilidade de que as classes populares confundam os inimigos e pensem que o que está mais próximo é o mais importante como inimigo; de fato, quase nunca é”. Ele afirma ainda que os movimentos sociais devem aproveitar as brechas que existem quando as elites se desentendem, mas observa que nem sempre eles percebem estas oportunidades (SANTOS, 2007, p. 98-99 e 120).

A militância acadêmica, por sua vez, se mantinha em diversas frentes. Numa delas estão os professores e pesquisadores Valério Brittos, da Universidade do Vale dos Sinos, e César Bolaño, da Universidade Federal de Sergipe. Eles explicaram como se dá a militância deles no campo acadêmico por uma TV digital democrática:

⁹⁵ Entrevista concedida a mim em Natal, em 5/9/2008.

Bolaño: Dentro do campo acadêmico a gente estuda um objeto de poder e o analisa de uma perspectiva crítica, que nos coloca ao lado dos movimentos pela democratização das comunicações no Brasil, e muitos dos militantes são nossos alunos e leitores. É nosso objetivo é que nosso diálogo com eles seja mais aprofundado.

Brittos: Nosso trabalho, de um lado, é alimentado pelos militantes, que acabam sendo nossos leitores e alunos, porque estamos todos no mesmo campo de perspectiva de mudança social. Nesse sentido nós somos alimentados por eles, porque demandas deles contribuem para a nossa reflexão, mas ao mesmo tempo nosso trabalho acaba servindo de pesquisa colada na realidade social e instrumento de mudança social. Essa é a principal questão, o diálogo com a militância. A ciência é pela manutenção do sistema, mas gostaríamos que fosse pela ruptura do sistema. Pensar num novo modelo de sociedade baseada na justiça social, na fraternidade e na solidariedade. Não temos filiação partidária.

Publicamos livros, artigos em espaços de divulgação científica não científicos (como Observatório da Imprensa), participamos de debates em sindicatos e há dez anos temos a revista Eptic, on line, que se tornou pólo arregimentador deste debate. A revista foi fundada em 1999, já on line, junto com o portal, e herdou o nome de um boletim em papel, que desapareceu. Existe hoje um boletim por e-mail que é o EPnotícias⁹⁶.

Naquele momento, eles tinham a esperança de uma regulação para a TV digital, para que ela servisse como avanço para a democratização da comunicação.

Em parte isso foi perdido porque o modelo – padrão japonês – não divide o canal, não teve uma reforma agrária ainda. Sem nova licitação, vai para o mesmo empresário. Isso foi perdido, mas ainda há mais. Queremos que haja licitação para novos canais; que haja uma lei de comunicação social. O pensamento do Ministério das Comunicações é que a legislação seja totalmente permissiva. Mas tem que ter regras. O que fazer com isso? Compromissos, caderno de encargos – obrigações de quem recebe a concessão. A TV digital é o momento para isso.

Em dezembro de 2008, o coordenador do Laboratório TeleMídia da PUC-Rio, Luiz Fernando Gomes Soares (criador do Ginga junto com seu ex-orientando de doutorado na PUC Guido Lemos, da UFPB), se disse preocupado com a demora na implantação do Ginga, mas evitava criticar quem quer que fosse por ela. Luiz Fernando explicou que, tecnicamente, o Ginga estava totalmente pronto mais de um ano antes. No Ginga, o processamento pode ser de natureza declarativa (o que deve ser feito, em linguagem NCL) ou procedural (como deve ser feito, em linguagem Java). Para dispositivos portáteis o middleware já poderia ser usado, pois eles usam apenas o Ginga-NCL (pesquisa da PUC-Rio). Mas para os fixos, ou seja, televisores de casa, o Ginga-J (pesquisa da UFPB) também é usado, e ele inclui componentes que têm propriedade intelectual que não pertencem ao

⁹⁶ Entrevista para esta tese concedida em Natal, em 6 de setembro de 2008.

Brasil. Segundo Luiz Fernando, tanto a questão jurídica que envolve a descoberta de quem tem a propriedade intelectual e a negociação sobre seu custo quanto a substituição desses componentes por outros sem propriedade intelectual passam pelo Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD), que reúne emissoras, indústrias de equipamentos de transmissão, recepção, empresas de software e o setor acadêmico. À época da entrevista, o professor da PUC não tinha previsão de quando esta questão seria resolvida no Fórum.

Apenas em fevereiro de 2010 o Fórum do SBTVD enviou à Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) os perfis do middleware que poderiam ser usados na TV brasileira, o que parece mostrar que não havia interesse do governo (leia-se Ministério das Comunicações) e das emissoras em colocar o componente brasileiro naquilo que chamam de modelo nipo-brasileiro de TV digital. A impressão que este comportamento passa é de que a interatividade também não interessa tanto ao governo, dada a demora em todo este processo. Até o final de 2010, a TV digital aberta brasileira oferecia apenas interatividade local, basicamente informações do menu.

Ainda em dezembro de 2008, diversos produtores de conteúdo entrevistados para esta tese, tanto de produtoras independentes quanto funcionários graduados de emissoras, contavam que ainda nem estavam pensando em produzir para a TV digital aberta interativa, o que não mudou até 2010 – o que mostra que ainda não há uma demanda deste tipo pelas emissoras de TV, compradoras de programas independentes. Naquele momento não existia uma política clara por parte do governo em relação à TV digital interativa, além de incentivos públicos à produção de conteúdo para ela, e por isso a decisão sobre se haveria ou não uma TV digital interativa estava nas mãos do mercado: os projetos de emissoras de TV e produtoras independentes de vídeo deveriam dar o tom do conteúdo da TV digital. O governo estava, de fato, se abstendo de criar uma política pública para o setor, deixando ao mercado.

O Canal Futura, educativo presente na TV por assinatura, também é parte da TV aberta digital, por ter canais em UHF cobrindo, a partir de 2009, os municípios fluminenses do Rio de Janeiro, Niterói e São Gonçalo. Mas as preocupações no Futura também estavam ainda longe da interatividade via televisão. Ana Lúcia Gomes, gerente de Programação do Canal Futura, em entrevista em dezembro de 2008, explicou que o canal tinha, naquele

momento, conteúdo na web e os programas estimulavam a participação por e-mail e telefone. “Mas ida e volta pelo controle remoto não estamos pensando agora. Nem o Ginga foi homologado ainda!”, afirmou. Segundo a gerente, os pilotos de programas interativos certamente sairiam da TV comercial; o Canal Futura não estaria na linha de frente.

Perguntada, ela disse que via futuro na interatividade pela TV digital, mas sua resposta tratava mais da possibilidade de multiprogramação:

Temos uma série de conteúdos que pautam os programas, dão base e não aparecem na televisão. Hoje temos 66 programas de meia hora sobre saúde que têm um material imenso que a gente podia disponibilizar até em outro canal, servir para educação à distância. Para nós pode ser muito interessante algo como a TV Cultura está fazendo, com dois novos canais, para aprofundar o conteúdo e ter retorno dos professores⁹⁷.

Nuno Godolphim, então produtor executivo da Pindorama Filmes (que faz, entre outros, os programas apresentados por Regina Casé), afirmava, no mesmo momento, que não havia nada ainda de concreto sendo pensado na produtora em relação à TV digital interativa. “Agora não está dando para fazer nada, agora é ‘me manda aí o seu videozinho e a gente bota no programa’”, afirma. Nuno diz acreditar que a interatividade vai vingar, mas se vai ser pela própria televisão ou via internet, ele achava que era futurologia, e que naquele momento as pessoas ainda estavam tateando nessas tecnologias. E quase dois anos depois, o dono da produtora, Estevão Ciavatta, em palestra na PUC-Rio em agosto de 2010, informou que a produtora não pensava em programas de TV digital interativa.

Outra produtora de vídeo, a FBL Criação e Produção, fundada pelo falecido jornalista Fernando Barbosa Lima, em novembro de 2008 também não tinha planos para a TV digital. A FBL é especializada em documentários para TV e DVDs e estava criando, na época, um programa novo do Ziraldo para a TV Brasil. O diretor de projetos da FBL, Dermeval Netto, afirmava que muito pouca gente que cria para a TV tinha o domínio desse novo sistema, que, segundo ele, era divulgado por especialistas em engenharia de telecom, com versões muitas vezes truncadas, confusas e incompreensíveis. Ele também não conhecia as linhas de crédito do BNDES para produção de conteúdo.

⁹⁷ Ana Lúcia Gomes, gerente de Programação do Canal Futura, em entrevista para esta tese concedida em dezembro de 2008.

Há um domínio muito precário das informações sobre interatividade na TV digital, principalmente pelo pessoal das produtoras independentes. Acredito que é no jornalismo que a interatividade vai acontecer mais rapidamente, porque é ao vivo e é feito pelos profissionais que estão dentro das emissoras, e que têm o acesso às tecnologias já disponíveis na emissora e no sistema em geral. Quem está fora hoje das emissoras não tem noção ainda de até que ponto as emissoras estão avançando nisso. A maioria dos canais de TV está caminhando para produzir grande parte de seus programas fora, menos o jornalismo, que é papel editorial de cada emissora. E os programas das produtoras independentes são gravados⁹⁸.

Para Dermeval, não sendo ao vivo o programa, não há interatividade, porque, em sua opinião, interatividade era o público poder participar da decisão do que está sendo transmitido. Ele lembrou que esta interatividade já existia muitos anos antes no programa “Você Decide”, da TV Globo, no qual os espectadores votavam por telefone em um de dois finais pré-gravados para decidir como a história terminaria e, nos intervalos, um apresentador ia mostrando ao vivo o resultado da votação; e também no “Intercine”, da mesma emissora, em que se votava no filme que passaria no fim de semana entre as opções apresentadas, também por telefone.

O diretor de televisão conta que fez interatividade no final dos anos 80 e início dos 90, levando para a TV os curtas dos festivais de cinema. As pessoas votavam por telefone nos filmes e o vencedor ganhava o prêmio do júri popular.

Mas esta interatividade por telefone é manipulável. Uma vez um filme gaúcho estava ganhando dos favoritos, e ficamos surpresos acompanhando a votação por região e vendo que o Rio Grande do Sul estava votando em massa naquele filme. O técnico da empresa que contratamos para disponibilizar as linhas telefônicas achou que não estávamos gostando do resultado, me chamou e perguntou se queria que fechasse as linhas do Rio Grande do Sul. Desse jeito o telespectador gaúcho passaria a encontrar as linhas ocupadas, e os votos do estado parariam de entrar, mudando o resultado. Não fizemos isso, mas vi que o processo, e o resultado, são manipuláveis⁹⁹.

Em outra experiência, lembra Dermeval, Fernando Barbosa Lima inovou em 1995 ao criar para a Band o programa da apresentadora Sílvia Popovic, no qual um monitor e uma câmera eram colocados em praças públicas do Rio e de São Paulo e as pessoas entravam ao vivo fazendo perguntas para o programa e participando dos debates no estúdio. Naquele momento ele dizia esperar outras formas de participação na TV digital interativa,

⁹⁸ Dermeval Netto, diretor de projetos da FBL, em entrevista em 17 de novembro de 2008.

⁹⁹ Dermeval Netto, diretor de projetos da FBL, em entrevista em 17 de novembro de 2008.

criando a possibilidade de entrada do público de casa. Ele acreditava, no entanto, que a interatividade continuaria sendo feita também pela web, com o telespectador mandando vídeo, por exemplo, além dos chats pós-programas.

Outro produtor independente que não quis se identificar comentou sobre a linha de financiamento do BNDES para conteúdo opinando que elas só fazem sentido se for para financiar um programa piloto que depois será oferecido ao mercado e, com o dinheiro da venda do programa, se paga o financiamento.

O custo de um piloto varia muito, depende do tipo de produção. O GNT, TV Brasil e Multishow compram séries por R\$ 30 mil por programa. Mais do que isso, nem pensar. Com isso se faz programas mais despojados. Programas com elenco, cenário, custariam uns R\$ 60 mil por programa; aí você tem que ter patrocinadores ou a emissora ter dinheiro dentro dos projetos dela para comprar.

Ou seja, o limite mínimo de empréstimo teria que ser bem mais baixo.

Quanto à previsão de Dermeval Netto de que o jornalismo seria o primeiro a usar interatividade, esta idéia não é endossada pelo âncora do Jornal da Band, da Rede Bandeirantes de Televisão, Ricardo Boechat. Ressalvando que não tinha familiaridade com o tema, ele disse acreditar que a interatividade funcionaria mais “no mundo do consumo, da programação, do arquivo”. Segundo o jornalista, se o telespectador quiser interagir enviando uma informação, por exemplo, esta informação primeiro precisa ser checada pela redação, como qualquer outra (e como já é feito há muito tempo no caso de algum telespectador entrar em contato com a emissora por telefone ou outro meio), então não será possível o telespectador simplesmente enviar uma mensagem que entre no noticiário diretamente.

Boechat tem uma série de perguntas que, para ele, resumem a dificuldade de haver um jornalismo realmente interativo na TV.

Qual o modelo, a paginação do telejornal que você vai botar no ar para ter a interatividade? Hoje a paginação vale como unilateral. No rádio a gente faz isso via e-mail, mas na TV, para o modelo que fazemos de telejornalismo, não consigo enxergar um futuro promissor para isso. Você está no ar, o telespectador entra, como você se acautela de o telespectador colocar ali uma barbaridade?¹⁰⁰

¹⁰⁰ Ricardo Boechat, âncora do Jornal da Band, da Rede Bandeirantes de Televisão, em entrevista a mim por telefone em 24 de novembro de 2008.

Perguntado sobre a possibilidade de o telespectador acessar mais informações na tela sobre uma reportagem que acabou de ir ao ar (interatividade local), deixando para assistir ao restante do noticiário depois (que ficaria gravado), o jornalista não pareceu muito animado. Ele citou como interessante a possibilidade de telespectadores colocarem à disposição da emissora imagens capturadas por celular. Vale lembrar, porém, que isso já pode ser feito via internet – uma vez que a imagem sempre precisa passar pelo crivo da redação antes de ir ao ar. Boechat acha que a interatividade pode funcionar melhor para programas não jornalísticos.

Enquanto o mercado brasileiro, deixado pelo governo no leme da TV digital, decidia por fazer nada ou quase nada no âmbito dos programas interativos, ver televisão pela internet era cada vez mais uma realidade. Também por conta disso surgiu o questionamento de se valia a pena desenvolver conteúdo e tecnologia para interatividade na televisão quando a internet já fazia isso. E como estava, na prática, naquele momento, esta possibilidade de a internet tornar a TV digital irrelevante? Podemos citar o exemplo da Grã-Bretanha por ser o país que avançou mais rápido na interatividade da TV digital e, ao mesmo tempo, tinha excelente cobertura de internet.

A britânica BBC não pretendia aumentar seus investimentos em interatividade na TV digital. Seus esforços e investimentos crescentes estavam concentrados na interatividade via internet. Em palestra em 21 de outubro de 2008, no Rio de Janeiro, a diretora geral de Televisão da BBC, Jana Bennett, nem mesmo tratou do assunto interatividade pela TV, falou apenas da interatividade pelo site da emissora. Respondendo a pergunta depois da palestra, informou que, pela televisão, a emissora vem oferecendo opções de interatividade local, como colocar várias câmeras em shows de rock, para que o telespectador possa escolher o que ver. “Mas os investimentos vão crescer na web e ficar estáveis na TV”, afirmou ela, citando como exemplo de interatividade na web a cobertura dos Jogos Olímpicos de Pequim. “Nós queremos que as pessoas vejam os programas, não importa aonde”, acrescentou.

A BBC já disponibilizava naquele momento seus programas (interativos ou não) na web por sete dias após terem ido ao ar na TV, mas apenas para os britânicos. Jana informou também que a emissora enviava algum conteúdo para celular, meio que ela acredita ter

bastante potencial, mas a diretora considerava que o preço de distribuição ainda era um problema. E ela concluiu que “histórias bem contadas vão continuar, na TV ou na web, que deve ser usada como aliada, não como inimiga”. No caso da BBC, a questão de como se financiar caso o conteúdo seja acessado pela internet não se aplica, já que a emissora é financiada pelo público, por meio de uma taxa anual, como se fosse uma conta de luz ou de qualquer outro serviço público.

A palestra do Keith Clarkson, produtor-executivo da Xenophile Media, do Canadá, no congresso da IETV em agosto de 2008 reforça a aposta da BBC na internet. Clarkson mostrou que seus programas, com sucesso estrondoso junto ao público infantil canadense, usam da interatividade não via TV, mas a criança indo depois ao computador – os chamados programas transmídia. Ao responder a uma pergunta da platéia sobre como desenvolver bons programas aqui com interatividade, ele disse que “é importante o governo ajudar. No Canadá, o governo há dez anos começou a incentivar isso. Houve ênfase na criação de produtos. É difícil fazer isso sem incentivos do governo. Sua indústria tem que fazer lobby junto ao governo”.

Outro problema no caminho da TV digital interativa, do ponto de vista da disputa por mercado com a internet, é que, para garantir a interatividade plena, é preciso um canal de retorno. Crucial para a interatividade existir, este canal de retorno do telespectador para a emissora pode ser via telefone fixo (presente em 55,2% dos domicílios), telefone celular, internet ou até mesmo a rede elétrica – que não era considerada ideal por muitos técnicos no início da apuração desta tese, mas agora já é uma tecnologia um pouco mais confiável. Movimentos que lutam pela democratização das comunicações defendiam o uso do Fust (Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações, proveniente da cobrança de 1% da conta telefônica) para levar banda larga a todos os municípios do Brasil, permitindo que este canal de retorno fosse via internet. Isso não aconteceu, mas se ocorresse, também serviria para ser usado para acessar a internet para todos os que pudessem comprar um computador, ou seja, poderia ajudar a internet na disputa com a TV por usuários – o que não é problema algum do ponto de vista da inclusão digital.

Em junho de 2009, em entrevista a alunos da PUC-Rio para a disciplina Comunicação Audiovisual, Gustavo Gindre, da ONG Intervozes, opinou que a internet

poderia desbancar a TV digital interativa no Brasil porque os radiodifusores relutavam em tornar a televisão aberta interativa.

Eu costumo dizer, e disse no comitê consultivo de TV digital, quando havia, antes de o governo dissolvê-lo, quando o Hélio Costa tomou posse, eu dizia que a Globo e os radiodifusores olham para a TV digital e dizem assim: interatividade, um dia ela virá, que bom que não seja agora. Eles vão empurrar isso com a barriga o máximo possível, mas é inevitável. O processo de convergência tecnológica e o modelo – não necessariamente a internet – mas o modelo de organização de mídia da internet tende a se sobrepor ao modelo da radiodifusão. Se isso vai acontecer em cinco anos, em dez anos, em 15 anos eu não sei. E isso vai gerar uma crise muito grande para os radiodifusores brasileiros, eu não tenho a menor dúvida. Não necessariamente isso será mais democrático, aí eu acho que é um outro debate, mas a ilusão que se tem é de que a internet resolve todos os problemas. A internet coloca novos problemas. Com certeza serão bem diferentes dos problemas atuais. E aí os radiodifusores vão viver uma crise. Então nesse sentido eu acho que a TV digital no Brasil, até pelo modelo, a dificuldade de ele se introduzir, você vê que hoje nem 1% da população brasileira tem, ele corre o risco de nascer morto. De quando tudo estiver consagrado está todo mundo com banda larga em casa e ele não fazer mais sentido, e o debate em torno da comunicação ser outro completamente do da radiodifusão. Contra isso lutam os radiodifusores, com certeza¹⁰¹.

No 6º Fórum Internacional de TV Digital do Instituto de Estudos de Televisão (IETV), em 28 de agosto de 2009, o diretor acadêmico do IETV, Antônio Brasil, constatava que na Inglaterra era onde a interatividade na TV digital estava mais adiantada, “tem tudo ali na tela para interagir, mas o telespectador não se interessa. A gente fica fascinado pela tecnologia e não pensa em como o ser humano vai reagir”.

2.6 A gradual queda de audiência da TV aberta

A TV digital interativa já tinha, na virada de 2008 para 2009, concorrência por todos os lados. Uma das principais produtoras de vídeo do Brasil, a KN Vídeo tinha programas para celular e internet, além dos tradicionais programas de TV e até quadros no jornalismo esportivo da TV Globo. Sempre na vanguarda da convergência de mídias e do uso de novas tecnologias, a KN poderia ser uma das primeiras produtoras, senão a primeira, a produzir para a TV digital interativa. Mas Jorge Nassaralla, dono da empresa, estava bastante cético quanto ao novo meio em entrevista para esta tese em dezembro de 2008.

¹⁰¹ Entrevista em vídeo ao aluno da PUC-Rio Jocelino Pessoa em 2 de junho de 2009.

Para Nassaralla, a TV digital “está muito devagar e ainda vai demorar bastante para termos interatividade nela”, porque, segundo ele, a interatividade é a última coisa neste processo – por opção das emissoras, devemos acrescentar. “O primeiro passo é transformar tudo em HD (alta definição). Isso estava começando a acontecer, até vir a crise econômica mundial”, contou, lembrando que o custo do HD era, no momento da entrevista, 50% maior que o do sistema analógico, “e os patrocinadores não estão querendo bancar estes custos”. Segundo ele, a TV Globo e a Globosat são os principais compradores das produções independentes.

Com este quadro, somado ao fato de que ele vinha observando crianças e adolescentes até 17 anos migrando em massa da televisão para o computador, Nassaralla não tinha dúvidas: “Minha aposta é na internet, que vai atropelar; vejo problemas para a TV a cabo e para a TV aberta, que vai ser para a classe C”. Ele citou o seu próprio exemplo: tinha em casa a internet conectada à sua TV de 42 polegadas. O diretor assistia nesta tela, com alta qualidade de imagem, a jogos de futebol americano, basquete e beisebol transmitidos ao vivo em full HD via internet, pelos quais ele pagava US\$ 20 por mês. Do sofá da sala, em 2008, ele podia clicar um botão e ver todos os dados de passes certos e errados, mandar e-mail e, mais tarde, rever o que quisesse dos jogos, que ficam armazenados. “É só ter uma velocidade acima de 8 mega de banda larga, eu tenho 12”, explica.

Vale lembrar que nem tudo é pago na internet, muito pelo contrário. E os programas na rede já conseguem muito mais patrocínio que no passado recente. A TV da KN na internet, por exemplo, tinha patrocínio de grandes empresas. Nassaralla acredita que a TV aberta no celular, ao contrário da via internet, vai ser apenas um nicho, assistida na sala de espera do médico e no trânsito, ou uma mania que vai passar. Com todas estas mudanças e pouco espaço para certezas absolutas, Nassaralla comentou o que vinha observando como profissional de televisão: “O ibope das novelas da Globo vem caindo direto, e eles viram que não está indo para a Record, está indo para outro lugar. As TVs grandes não sabem o que fazer”.

Reportagem na Revista da TV do Globo do mesmo momento, dezembro de 2008, garantia, porém, que elas sabiam o que fazer, afirmando que, “de ameaça, a rede passou a aliada”. A matéria diz que a TV brasileira, a exemplo do que acontece no exterior,

descobriu um novo jeito de capturar o público, oferecendo trechos da programação em seus sites (caso da Globo e SBT). O diretor da Central Globo de Comunicação, Luis Erlanger, afirmava que “nossa matéria prima é o conteúdo, não o veículo”. A prova oferecida pela matéria de que a internet não ameaçava era que o portal Globo.com, que oferece conteúdo da Rede Globo e disponibilizava cenas chave de novelas no dia seguinte – além dos capítulos completos exclusivamente para assinantes – , tinha 20,4 milhões de acessos por mês. A reportagem citava exemplos em que o espectador saía da TV e ia para a internet interagir com o programa e acessar novos conteúdos ligados a ele; e informava que canais já usavam redes sociais e o twitter para se comunicar com os espectadores. A TV Brasil (que o texto destacava ser pública e sem fins lucrativos) era a única a transmitir ao vivo, em streaming, pela rede¹⁰².

Outra matéria na mesma revista conta que, nos EUA, sites de emissoras (ABC, NBC, CBS, Fox e Showtime, entre outras) hospedavam programas de TV na íntegra, com acesso para americanos.

Pesquisas da NBC mostraram que 70% dos seus espectadores decidiram assistir a algum programa depois de ver trechos na internet. O perigo da migração de público é algo que não preocupa emissoras como a ABC. Segundo dados do canal, apenas 8% de seu público assiste à programação somente pelo monitor do computador¹⁰³.

Como a revista em questão é ligada à principal emissora de TV aberta do país, fica-se sem saber se a reportagem é imparcial e está constatando uma realidade apurada pelo repórter, ou se é uma matéria de encomenda para tentar diminuir o poder da internet frente ao das emissoras, mostrando pesquisa feita por rede de televisão que tem os mesmos interesses a defender. Como a revista, que trata apenas de TV, jamais abriu suas páginas para discutir o melhor modelo de TV digital para o Brasil ou apresentar movimentos e ações pela qualidade do conteúdo exibido, isso parece indicar que é uma revista atrelada aos interesses da organização empresarial à qual pertence – e não poderia ser diferente, já que não há regulamentação que evite isso.

Quanto ao percentual pequeno de público que assiste ao conteúdo da TV aberta apenas na internet, citado na revista, não chega a provar alguma coisa quanto às mudanças

¹⁰² LEITÃO, Gustavo. “Na trilha da comunicação virtual”. In: O Globo, 14/12/2008, Revista da TV, p. 12-13.

¹⁰³ LEITÃO, Gustavo. “Todo poder aos internautas”. In: O Globo, 14/12/2008, Revista da TV, p. 14-15.

de audiência. O público daquela emissora pode não estar migrando para a internet para ver na web sua programação, mas isso não significa que não esteja migrando para ver outro tipo de produto da internet. Outra questão que se observa no Brasil é a quantidade crescente de jovens que baixam episódios de seriados americanos da TV por assinatura e/ou da TV aberta que ainda não chegaram ao Brasil. Existem, inclusive, redes de aficcionados que legendam os episódios por conta própria e gratuitamente, de forma surpreendentemente organizada, no mesmo momento em que chegam à internet, driblando o acesso exclusivo para americanos citado acima¹⁰⁴.

A reportagem diz ainda que “as emissoras não só deixaram o medo de lado como também já aprenderam a capitalizar com (sic) o conteúdo online. A imensa maioria dos seriados disponíveis nos sites conta com propagandas tradicionais, de grandes empresas, exibidas antes dos programas”¹⁰⁵.

O que demonstra mais uma tentativa das emissoras de migrar para o outro meio, de se colocar também do outro lado para o caso de o primeiro veículo naufragar (lembrando a frase acima de Luiz Erlanger, “nossa matéria prima é o conteúdo, não o veículo”).

Na página seguinte da mesma revista, um box sobre programas experimentais que a MTV faz na internet (que só depois de fazer sucesso passam a ser veiculados na TV), traz no pé da matéria a contradição na mensagem que as duas grandes reportagens sobre TV versus internet anteriores tentavam passar. A fala é da gerente de programação da MTV, Raquel Affonso: “Nosso público tem entre 15 e 29 anos e está vendo TV cada vez menos e de forma mais fragmentada. Eles ficam mais na internet”¹⁰⁶.

A queda de audiência da televisão não ocorre só no Brasil. Jost (2009) informa que “la durée d’écoute de la télévision a tendance à baisser (3h24 en moyenne par Français en 2008, soit trois minutes de moins qu’en 2007) et la baisse est plus sensible chez les 15-34 ans (2h38mn par jour, soit six minutes de moins)”¹⁰⁷.

¹⁰⁴ Depoimento de legendadores voluntários em seminário de Comunicação Audiovisual na PUC-Rio, em 24 de novembro de 2009.

¹⁰⁵ LEITÃO, Gustavo. “Todo poder aos internautas”. In: O Globo, 14/12/2008, Revista da TV, p. 14-15.

¹⁰⁶ BRAVO, Zean. “Do site para a telinha da MTV”. In: O Globo, Revista da TV, 14/12/2008, p. 15.

¹⁰⁷ Em tradução livre: A duração da audiência de televisão tende a baixar (3h24 em média por francês em 2008, três minutos a menos que em 2007) e a queda é mais sensível na faixa dos 15 aos 34 anos (2h38min por dia, seis minutos a menos).

Reportagem de maio de 2007 da Computerworld, reproduzida pelo site IDGNow, já informava que 2,5 milhões de pessoas haviam deixado de ser espectadores das grandes redes de TV aberta dos EUA desde fevereiro do ano anterior. A matéria especulava que as novas tecnologias estariam roubando esta audiência. Ainda nos EUA, Jenkins informa que “nos anos 60, um anunciante poderia alcançar 80% das mulheres americanas com uma inserção no horário nobre das três redes de TV. Hoje, estima-se que a mesma inserção teria de passar em cem canais de TV para alcançar o mesmo número de telespectadores” (2009, p. 101).

Podemos ver nos quadros abaixo, do Ibope Mídia, a audiência média das emissoras de TV no Grande Rio e Grande São Paulo na semana de 19 a 25 de abril de 2010, com dados coletados 24 horas por dia. No Grande Rio, o primeiro apresentado, a amostra representa o total de 3.683.211 domicílios e 10.430.765 indivíduos. Um ponto de audiência é igual a 1% desses universos. Mais adiante veremos o exemplo de uma semana do ano de 2005.

AUDIÊNCIA MÉDIA DE TV ABERTA NO GRANDE RIO

PROGRAMA	AUDIÊNCIA DOMICILIAR (%)	AUDIÊNCIA DOMICILIAR (000)
BANDEIRANTES		
JORNAL DA BAND	5	184
FUTEBOL VES 1 - BAYER MUNIQ X LYON	5	180
CQC	5	175
SESSAO ESPECIAL NOT	4	162
PROGRAMA RAUL GIL	4	158
CNT		
BALANCO ESPORTIVO NOT	2	67
CNT JORNAL	1	54
AMANHÃ E PARA SEMPRE	1	49
MISS RIO DE JANEIRO	1	47
SAMBA DE PRIMEIRA NOT	1	39
GLOBO		
NOVELA III - VIVER A VIDA	35	1.296
FUTEBOL QA - FLAMENGO X CARACAS	35	1.290
PLACAR DA RODADA	31	1.146
ZORRA TOTAL	30	1.104
RJTV 2A EDICAO	28	1.046

RECORD		
NOVELA 2 - BELA A FEIA	18	672
REPORTER RECORD SG	13	495
O MELHOR DO BRASIL	13	479
DOMINGO ESPETACULAR	13	462
SUPER TELA NOT	12	457
REDE TV!		
PANICO NA TV	6	204
PANICO REPRISE	5	168
DR HOLLYWOOD NOT	3	111
TV FAMA	2	87
UFC SEM LIMITES	2	77
SBT		
PROGRAMA SILVIO SANTOS	15	549
PEGADINHAS PICANTES MAD	12	457
TELE SENA	11	414
1 MINUTO COM PELE VES	11	404
DOMINGO LEGAL PSS	11	403
TV BRASIL		
O PLANETA AZUL	1	29
RADIO NACIONAL VES	1	25
ANIMANIA NOT	1	25
CURTA CRIANCA VES 1	1	24
CINE IBERMEDIA	1	24

O quadro abaixo traz a audiência da Grande São Paulo, numa amostra que representa 5.986.373 domicílios e 17.798.976 indivíduos.

AUDIÊNCIA MÉDIA DE TV ABERTA NA GRANDE SÃO PAULO

PROGRAMA	AUDIÊNCIA DOMICILIAR (%)	AUDIÊNCIA DOMICILIAR (000)
BANDEIRANTES		
FUTEBOL REGIONAL VES - SANTO ANDRE X SANTOS	7	417
FUTEBOL NOT - ATLETICO PR X PALMEIRAS	6	353
FUTEBOL VES 1 - BAYER MUNIQ X LYON	6	345
CQC	5	309
BRASIL URGENTE 1	5	291
CULTURA		
O MUNDO REDONDO OLIE VES	3	173
OS AMIGOS MISS SPIDER VES	3	169
SHAUN O CARNEIRO VES 2	3	161
CAMUNDONGOS AVENT VES	3	160
ESCOLA PRA CACHORRO VES	3	160

GAZETA		
ESPORTE INTERATIVO VES 1 – INTER MILAO X BARCELONA	4	214
GAZETA ESPORTIVA	3	176
MESA REDONDA	2	113
MULHERES 3	2	109
GAZETA NEWS VES	2	100
GLOBO		
NOVELA III - VIVER A VIDA	37	2.204
A GRANDE FAMILIA	31	1.833
JORNAL NACIONAL	29	1.734
GLOBO REPORTER	26	1.580
TELA QUENTE	26	1.556
RECORD		
NOVELA 2	15	869
SERIE ESPECIAL	12	696
O MELHOR DO BRASIL	11	684
DOMINGO ESPETACULAR	11	675
CAMERA RECORD	10	628
REDE TV!		
PANICO NA TV	10	600
PANICO REPRISE	7	404
DR HOLLYWOOD NOT	4	266
OPERACAO DE RISCO	3	194
TV FAMA	3	177
SBT		
PROGRAMA SILVIO SANTOS	12	706
DOMINGO LEGAL PSS	10	589
CINE ESPETACULAR	9	550
TELE SENA	9	540
A PRACA E NOSSA NOT	8	466

O quadro abaixo traz a audiência do Grande Rio na semana de 22 a 28 de agosto de 2005, numa amostra que representa 3.430.600 domicílios e 9.979.400 indivíduos.

AUDIÊNCIA MÉDIA DE TV ABERTA NO GRANDE RIO

PROGRAMA	AUDIÊNCIA DOMICILIAR (%)	AUDIÊNCIA DOMICILIAR (000)
BANDEIRANTES		
SABADACO	5	162
FLORIBELLA	4	153
JORNAL DA BAND	4	141
ESPORTE INTERATIVO CAMP ESP	4	137
BOA NOITE BRASIL	4	122

CNT		
MESA REDONDA DM	1	42
SAMBA DE PRIMEIRA VES	1	24
MOMENTO DO SPORT	0	16
PATATI PATATA	0	12
ZONA DA LUTA	0	12
GLOBO		
NOVELA III - AMÉRICA	53	1832
A GRANDE FAMILIA	46	1571
NOVELA I - ALMA GEMEA	45	1535
RJTV 2A EDICAO	43	1466
JORNAL NACIONAL	42	1425
RECORD		
TELA MAXIMA DM	7	242
CIDADE ALERTA RIO	6	222
PROGRAMA RAUL GIL	6	216
NOVELA DAS SETE-ESSAS MULHERES	6	215
DOMINGO ESPETACULAR	5	185
REDE TV!		
EU VI NA TV	7	236
PANICO REPRISE	6	210
PANICO NA TV	5	186
TARDE QUENTE	4	146
FUTEBOL V-LIVERPOOLxCSKA MOSC	3	119
SBT		
TELE SENA	15	514
DOMINGO LEGAL PSS	15	500
PROGRAMA SILVIO SANTOS DM	14	496
SMALLVILLE VES	14	483
EU A PATROA E AS CRIANCAS	13	442
TVE BRASIL		
A TURMA DO PERERE VES	1	51
COCORICO VES	1	48
TIMOTHY VAI A ESCOLA VES	1	47
DE ONDE VEM VES	1	47
ESPORTVISAO	1	45

O quadro a seguir traz a audiência da Grande São Paulo, na semana de 22 a 28 de agosto de 2005, numa amostra que representa 5.232.600 domicílios e 17.059.700 indivíduos.

AUDIÊNCIA MÉDIA DE TV ABERTA NA GRANDE SÃO PAULO

PROGRAMA	AUDIÊNCIA DOMICILIAR (%)	AUDIÊNCIA DOMICILIAR (000)
BANDEIRANTES		
JORNAL DA BAND	5	267
BRASIL URGENTE 2	4	229
FLORIBELLA	4	217
SABADACO	4	215
BRASIL URGENTE 1	4	202
CULTURA		
OS SETE MONSTRINHOS VES 1	5	238
CAMUNDONGOS AVENT VES 1	4	230
VIOLA MINHA VIOLA MAT	4	226
CAILLOU E ANIMACOES VES	4	202
CYBERCHASE SSX	4	193
GAZETA		
MESA REDONDA	3	143
GAZETA ESPORTIVA	3	141
AMIGOS DO FORRO	1	61
MULHERES 2	1	60
SALA VIICHI	1	58
GLOBO		
NOVELA III - AMÉRICA	53	2799
A GRANDE FAMILIA	40	2104
TELA QUENTE	39	2062
CASSETA E PLANETA	37	1961
NOVELA I - ALMA GEMEA	37	1911
RECORD		
FUTEBOL AO VIVO QA - PAYSANDU X SANTOS	11	571
PROGRAMA RAUL GIL	9	474
NOVELA DAS SETE - ESSAS MULHERES	9	456
TELA MAXIMA DM	8	413
DOMINGO ESPETACULAR	8	411
REDE TV!		
PANICO NA TV	6	339
EU VI NA TV	5	274
PANICO REPRISE	4	226
TARDE QUENTE	3	178
SUPERPOP	3	166
SBT		
CINE ESPETACULAR	16	858
PROGRAMA SILVIO SANTOS DM	15	796
RODA A RODA SSX	15	760
A PRACA E NOSSA NOT	14	746
TELE SENA	14	713

Para se ter uma ideia do problema da queda de audiência para as emissoras, especialmente para a TV Globo, podemos avaliar o caso da novela das oito da emissora (hoje indo ao ar na faixa das 21 horas), que sempre esteve e continua estando em primeiro lugar ou, no máximo, entre os cinco primeiros lugares de audiência. Reportagem da versão eletrônica da Revista Veja informava, em novembro de 2008, que a cada novela uma nova queda de audiência é anunciada, e que esta queda coincide com a expansão da TV paga e da internet residencial. “Com média de 37,6 pontos em seus primeiros 120 capítulos, “A Favorita” recebeu até o apelido de “A Rejeitada”. Nos anos 1990, a novela das oito dava, sem dificuldade, 60 pontos de audiência”. A matéria dizia ainda que a Record chegou a ter um aumento de audiência com a novela “Os Mutantes – caminhos do coração”, mas que também não durou muito¹⁰⁸. Apesar da queda na audiência, a TV aberta é o meio de comunicação que ainda recebe a maioria esmagadora das verbas de publicidade no Brasil, como podemos ver no quadro abaixo, referente ao ano de 2009:

MEIO	INVESTIMENTO (R\$ 000)	PARTICIPAÇÃO %
TV	33.524.169	52
JORNAL	14.447.244	23
REVISTA	5.654.658	9
TV ASSINATURA	5.234.276	8
RADIO	2.839.502	4
INTERNET	1.815.934	3
CINEMA	391.221	1
OUTDOOR	96.765	0
TOTAL	64.003.768	100

FONTE: Ibope

¹⁰⁸ “Audiência das novelas da Globo”. In: Veja on line, novembro de 2008: http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/perguntas_respostas/audiencia-novelas-globo/tv-televisao-ibope-indices-queda-emissora.shtml. Consultado em 10/5/2010.

Porém, isso pode ser apenas uma repetição do que já ocorreu na época da transição do rádio para a TV como veículo de maior importância entre as massas, conforme explica Ortiz (2001): “Em 1958 as verbas aplicadas na televisão atingem aproximadamente 8%, contra 22% no rádio e 44% nos jornais, o que mostra que as agências de publicidade preferiam os meios mais “tradicionais” para anunciar seus produtos”. Este fato foi sendo revertido ao longo do tempo, e hoje as agências brasileiras preferem a agora tradicional televisão, o que pode também estar em vias de se reverter. Shimabukuro (2009, p. 140) comenta que, com os mesmos recursos tendo que ser divididos por mais canais (incluindo os da TV paga), a saída encontrada por estes canais foi repetir programas para preencher a grade de programação. A autora trata de canais de programas infantis fora do Brasil, mas isso ocorre também aqui no Brasil, tanto nos canais infantis quando em outros da TV por assinatura, e pode vir a acontecer também na TV aberta, caso comece a perder verba publicitária. A autora comenta a mudança na audiência:

Durante uma visita realizada ao Departamento Infantil da emissora britânica BBC, em agosto de 2008, um de seus executivos declarou que há cerca de 20/30 anos os produtores de TV competiam uns contra os outros pela audiência infantil, mas que agora ele acreditava que a concorrência não estava mais ligada à televisão. Para ele, a competição pela atenção da criança seria hoje contra a internet, os videogames, as redes sociais e as atividades extras que esse público passou a executar aos sábados de manhã (horário nobre para a programação infantil na televisão britânica) (2009, p. 148).

Vilches (2009) trata do esgotamento do modelo de televisão baseado no financiamento publicitário. Ele informa também que as vendas de televisores digitais na Europa têm sido abaixo das expectativas. Segundo o autor, os publicitários já estão buscando espaço com anúncios interativos na internet, que poderiam chegar à televisão, e nas redes sociais, como Facebook e MySpace.

Las agencias de publicidad están creando aplicaciones útiles a los usuarios que vienen patrocinadas por las marcas. La interactividad permite que sea el mismo internauta quien decida entrar en un espacio patrocinado porque se le ofrece un servicio. Mientras, cresce la mercadotecnia móvil en Japón y Corea y no tardará en llegar al resto del mundo. La TV digital no querrá quedarse fuera de esta nueva tarta publicitaria (p. 164)¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Em tradução livre: As agências de publicidade estão criando aplicações úteis aos usuários que vêm patrocinadas pelas marcas. A interatividade permite que seja o próprio internauta que decida entrar em um espaço patrocinado porque é oferecido a ele um serviço. Enquanto isso, cresce a tecnologia móvel no Japão e Coreia e não tardará a chegar ao resto do mundo. A TV digital não vai querer ficar fora deste novo bolo publicitário.

O Ibope já se preparava, em 2007, para medir audiência de mídias diversas acessadas através da TV digital.

O Ibope está desenvolvendo um aparelho para descobrir não apenas a emissora sintonizada, como faz hoje, mas também o conteúdo digital que está sendo consumido seja qual for a grade de programação. Isso porque a TV digital chega com a promessa de, assim como nos EUA, oferecer autoprogramação, na qual o usuário pode escolher a hora em que verá determinado programa. [...] O novo aparelho, DIB 6, vai monitorar o conteúdo – também de internet, celular e rádio¹¹⁰.

E o diretor da Central Globo de Comunicação informava, na edição de 14 de dezembro de 2008 da Revista da TV do Globo, que no Japão institutos de pesquisa já mediam a audiência pelo celular. Ou seja, as novidades tecnológicas são muitas, mas o modelo de negócios baseado na medição quantitativa da audiência continua o mesmo. De qualquer forma, em palestra no 6º Fórum Internacional de TV Digital do IETV, em agosto de 2009, o diretor de Inovação do Ibope Media, Alexandre Crivellaro, falou sobre a chamada medição de conteúdo Out of Home sem tanto otimismo. Ele afirmou que não existia solução ainda: a Nielsen tinha feito uma tentativa, mas parou, porque disse que era muito complicado. As pesquisas do Ibope naquele momento, segundo ele, eram feitas por cadernos preenchidos por telespectadores de TV aberta – 150 pesquisas em uma centena de cidades; e pelo peoplemeter, um aparelho ligado ao televisor que pode medir 500 canais (ainda segundo ele, havia 8 mil peoplemeters instalados no Brasil) e também mede o tempo que a pessoa passou jogando videogame e vendo dvd.

Para a televisão, com o advento dos gravadores (DVR) já embutidos nos conversores ou televisores (como o TiVo americano) que permitem ao telespectador pular anúncios, uma das saídas vislumbradas pode ser aumentar o merchandising (caso os telespectadores não rejeitem a estratégia por saturação) e, segundo o diretor do Instituto de Estudos de Televisão (IETV), Nélson Hoineff, colocar o nome do patrocinador em programas como antigamente, caso do Repórter Esso¹¹¹.

¹¹⁰ MUNIZ, Diógenes. “TV digital mudará maneira de medir ibope; telejornais podem perder pontos”. In: Folha on line, 13/8/2007. <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/ult90u3119568.shtml>. Acessada em 14/8/2007.

¹¹¹ MUNIZ, Diógenes. “TV digital mudará maneira de medir ibope; telejornais podem perder pontos”. In: Folha on line, 13/8/2007. <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/ult90u3119568.shtml>. Acessada em 14/8/2007.

Em 7 de dezembro de 2008 O Globo anunciava que a Argentina tinha assinado um protocolo técnico para estudar a adoção do padrão nipo-brasileiro de TV digital, e que Peru, Paraguai, Chile e Venezuela também analisavam a alternativa. Naquele momento, sete capitais contavam com a TV digital: São Paulo, Rio, Belo Horizonte, Goiânia, Curitiba, Porto Alegre e Salvador. Pelo lado das telefônicas, o fim de 2008 trouxe uma mudança importante no mercado brasileiro: a Telemar (já rebatizada de Oi, que era o nome de seu braço celular), se fundiu com a Brasil Telecom. A medida foi incentivada pelo governo federal para que existisse uma grande empresa brasileira de telecomunicações para fazer frente às concorrentes internacionais ao menos no mercado brasileiro.

Em 28 de dezembro de 2008 a Revista da TV convidou cinco pessoas, quatro delas com algum tipo de ligação profissional atual ou anterior com as Organizações Globo, para dar sua opinião sobre a TV digital e o futuro da TV. A autora de teledramaturgia Maria Adelaide Amaral opinou que a TV não vai acabar, assim como a TV não acabou com o rádio. Luiz Noronha, produtor executivo do núcleo de TV e multiplataforma da Conspiração e ex-editor do Segundo Caderno e da editoria de Economia do Globo, acreditava que a TV teria “mil dispositivos de interatividade”, estará em todo lugar e não terá mais o formato do comercial de 30 segundos – ele previa uma evolução do merchandising. Para ele a internet é que será absorvida pela televisão. O antropólogo Hermano Vianna dizia que via TV com uma antena USB no laptop acompanhando a interatividade do programa via web, e previa que a TV do futuro “vai ser aquela que encontrar novas maneiras interessantes de propor grandes conversas comuns, em tempo real, sobre a cacofonia cada vez mais rica de pequenas conversas isoladas da rede”¹¹².

Lúcia Araújo, gerente geral do Canal Futura, disse que não ousava prever o que será a TV no futuro, apenas apresentava sua utopia, que é a de uma TV bastante democrática. Já o então gerente artístico e de conteúdo do canal GNT, Jorge Espírito Santo, via um futuro com interatividade e desdobramentos do que é feito para a TV na internet, celular “e o que mais vier”, além de afirmar que já naquele momento cada um poderia acessar os programas na hora que quisesse.

No final de 2008, a revista interna da Oi, *Conexão*, trazia matéria tratando da Oi TV Móvel, que permitiria aos usuários assistir pelo celular aos canais Discovery, Cartoon

¹¹² “Enxergando longe”. In: O Globo, Revista da TV, 28/12/2008, p. 10-13.

Network, ESPN, Band, MTV e outros. Baixando um aplicativo seria possível assistir aos nove canais; baixar vídeos curtos para armazenar no aparelho; e compartilhar vídeos, sons e imagens criados pelo usuário e ainda ganhar R\$ 0,10 a cada download de sua autoria. O custo era de R\$ 5,90 por duas horas e R\$ 9,90 por 24 horas. A reportagem informava que “a estratégia da Oi está focada na distribuição de conteúdo multiplataforma (telefonia móvel, internet e TV)”¹¹³.

A novidade da Oi também foi explicada por reportagem do Globo meses depois, em 26 de julho de 2009. A empresa M1nd Corporation, do doutor em física Alberto Magno, criou uma plataforma para que pessoas pudessem ver TV pelo celular. Ela era líder no segmento no Brasil, com mais de 300 mil usuários da Oi e TIM. Naquele momento, havia negociações da empresa com a Claro e testes com a Vivo (maior operadora do país) para lançar TV no celular em nova frequência em outubro. Magno anunciou que trabalharia também com operadoras da África e outros países da América Latina. A plataforma capta o sinal das emissoras via satélite, cada um com criptografia específica, e decodifica o sinal para a rede das operadoras por fibra ótica, antena de rádio e par metálico. TV no celular não é regulamentada pela Anatel, pois é um serviço de valor adicionado (VAS). Os preços dos pacotes das operadoras variavam de R\$ 2,40 a R\$ 15, com a transmissão de até 24 horas ininterruptas.

A mesma reportagem trazia pesquisa da TNS InterScience dizendo que 18% dos usuários no país afirmavam que acesso a TV móvel era o maior determinante na compra de um celular. Nos EUA e Reino Unido o índice era entre 2% e 5%. Fiamma Zarife, diretora de VAS da Claro, disse que os clientes buscavam assistir a conteúdos específicos, e não só à programação ao vivo dos canais. Gustavo Alvim, gerente de Conteúdo e Aplicações da Oi, lembrava que já começavam a ser feitas algumas ações de marketing. Segundo ele, havia a transmissão gratuita de documentários do canal Discovery, que tinha patrocínio da GM. Para ele, o serviço deve ser gratuito e patrocinado.

No 6º Fórum Internacional de TV Digital do IETV, em agosto de 2009, Alberto Magno voltou a falar sobre TV no celular. Ele disse que em 2000 houve uma mudança de paradigma com o mpeg, e por isso “todos vão trocar arquivos e vídeos com todos”.

¹¹³ CALAZANS, Ricardo. “Na era da TV móvel”. In: Conexão, nº 50, 2008, p. 12-15.

Segundo ele, “agora estão inventando fazer todo mundo assistir tudo de graça no celular”, mas este “de graça” depois foi questionado pela plateia.

Em vez da operadora cobrar dado, cobra assinatura. Temos conteúdos cada vez mais customizados. Passamos para as agências de publicidade, sabe o que o cara viu, quanto tempo viu... É possível ver quem está acessando um a um por bairro. Tivemos mais de quatro milhões de acessos no carnaval; mais de um milhão no Tim Festival, contra 100 mil espectadores no Multishow, segundo o Ibope. Estamos fazendo um trabalho de formiguinha com as agências de publicidade. Os mídias têm mais de 60 anos, eles se assustam com as novidades e preferem continuar como estão. Mas a geração que nasceu de 1980 para cá não fica na frente da televisão como antes. No carnaval compramos espaço na CNT e no break foram anúncios diferenciados do que foi para o mundo móvel. Nós identificamos o usuário pelo que ele assiste, segmentamos em tempo real e entregamos. Por isso a gente acha que quem tem que pagar por isso é o anunciante. No celular, quando passa de um canal para o outro tem uma vinhetinha de propaganda. Hoje a velocidade é 276 kbps e você pode plugar o celular em qualquer tipo de tela. Ninguém troca de canal, você troca de conteúdo. Não importa em que canal um programa está, você quer assistir é àquele programa¹¹⁴.

O dono da M1nd Corporation continuou sua defesa da programação empacotada especificamente para celular dizendo que os canais da TV aberta com sinal enviado para celular já vêm com publicidade, enquanto que no celular pode haver vídeo on demand e pay per view. Ele disse que já disponibilizava, naquele momento, 128 canais para o mundo móvel. A declaração do dono da M1nd Corporation sobre números da audiência, porém, foi contestada após sua saída por outro palestrante do Fórum, o diretor de Inovação do Ibope Media, Alexandre Crivellaro, que disse que Magno não tinha como comprovar o número de acessos.

Em 11 de janeiro de 2009, reportagem do jornal O Globo informava que o governo queria estabelecer 2013 como prazo para que a indústria de televisores passasse a fabricar apenas modelos digitais, voltando a falar em incentivos fiscais. Desta vez, o Ministério das Comunicações tinha pedido aos ministérios do Desenvolvimento e da Ciência e Tecnologia para elaborar uma lista de incentivos para televisores digitais para baratear os preços inclusive de conversores. A matéria informava que a produção de conversores a R\$ 199 pela Proview estava sendo em pequena escala, por isso ainda era difícil encontrar conversor barato. Para celular, ficou estabelecido por portaria do ano anterior que, a partir de 2010, as empresas que contarem com incentivos teriam que produzir pelo menos 5% dos celulares

¹¹⁴ Palestra no 6º Fórum Internacional de TV Digital do IETV, em agosto de 2009.

aptos a receber TV digital com Ginga. A reportagem informava ainda que a TV digital já tinha chegado a Cuiabá e Campinas.

Outra matéria, de 23 de abril de 2009, contou que “começou a funcionar ontem em Brasília o sistema de TV digital comercial, com as transmissões da Rede Globo. Na véspera, a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC) – a TV pública federal – havia transmitido a festa de aniversário da capital com a nova tecnologia”¹¹⁵. O jornal informava ainda que, nos dez dias seguintes, o sistema chegaria a Fortaleza, Maceió, Campo Grande e Piracicaba (SP).

Nos Estados Unidos, em 12 de junho de 2009 todas as transmissões analógicas das TVs aberta e a cabo foram encerradas. De acordo com a reportagem do Globo daquele dia, ficariam sem TV moradores de três milhões de domicílios, “os mais pobres, os mais velhos e os que não falam inglês (os canais em espanhol não veicularam as campanhas oficiais sobre a TV digital)”¹¹⁶. Os excluídos foram os que não compraram os conversores (vendidos por US\$ 50 a US\$ 80) ou donos de TVs de alta definição que não compraram cabos para transmissão digital ou antenas especiais. Havia ainda moradores de áreas rurais e 440 mil domicílios que entraram no programa do governo que subsidia a compra dos conversores (com até US\$ 40 de desconto, dependendo da TV) mas que ainda não tinham comprado os aparelhos. Estes excluídos representavam 2,5% do mercado de TV americano. Os 85% de domicílios com TV a cabo tiveram as mudanças feitas pelas próprias empresas. A TV digital demorou 20 anos para sair do papel nos EUA e consumiu US\$ 4 bilhões dos cofres públicos. A data da transição foi adiada duas vezes, a última tendo sido em fevereiro de 2009.

2.7 A convergência e os programas transmídia

A questão naquela altura era saber se, com a convergência entre TV e internet na mesma tela, os telespectadores continuariam telespectadores, se veriam a programação da TV, ou migrariam completamente ou quase para a internet, seja no computador ou na TV da sala. Em 2009 a Samsung trazia ao mercado brasileiro um modelo de TV com acesso

¹¹⁵ TAVARES, Mônica. “TV digital começa a transmissão em Brasília”. In: O Globo, 23/4/2009, p. 22.

¹¹⁶ SCOFIELD JR., Gilberto. “TV digital nos EUA excluirá três milhões de domicílios”. In: O Globo, 12/6/2009, p. 20.

parcial à internet (em convênio com o provedor Terra, dando acesso a previsão do tempo e alguns outros poucos serviços). Quem quisesse ter TV e internet completa na mesma tela já poderia, mas, para isso, era preciso ter o monitor (a tela) ligado no computador ou acessar a internet na TV via Playstation 3, da Sony. O Anuário de Mídias Digitais 2010, publicado no início daquele ano, informava que, nos EUA, o consumidor já tinha à disposição pelo menos uma dezena de modelos que permitiam conexão à internet, “como se o televisor fosse, na verdade, o monitor de um computador”¹¹⁷.

A separação entre os veículos vinha diminuindo, não no sentido de que tudo se concentrasse em apenas uma tela (ou o computador ou a TV da sala, por exemplo, de forma excludente), como já se chegou a imaginar, mas no sentido de um programa que se espalha por vários meios. Ainda em 2005 Cosette Castro já tratava da questão dos programas transmídia (embora ainda não utilizando este termo), informando que o “Big Brother” tinha sido o primeiro formato e o primeiro reality show no Brasil a utilizar diversos meios de comunicação, incluindo as novas mídias: “As audiências tiveram acesso ao formato através da TV aberta, da TV por assinatura, puderam participar por meio de telefones fixos, celulares, páginas web, assim como criar páginas sobre BB, participar de chats e fóruns sobre o programa” (2005, p. 312).

O pesquisador de convergência de mídias Henry Jenkins define transmídia como uma história que

Desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos: seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. (2009, p.138).

No mundo, Jenkins data de 1998 o início de uma narrativa transmídia de fato inovadora a partir da televisão: o seriado Dawson’s Creek, que, após o episódio semanal, tinha uma sequência na internet em que os fãs poderiam acompanhar o que o personagem Dawson fazia em seu computador pelo site “Dawson’s Desktop”. Mas Jenkins mostra que a primeira vez que a narrativa transmídia entrou para o debate público foi numa interação

¹¹⁷ POSSEBON, Samuel. “Conectada e em qualquer lugar”. In: Anuário de mídias digitais Pay-TV 2010.

internet-cinema com o site e filme “A bruxa de Blair”. Em 1998, surgiu um site que parecia real relatando o desaparecimento de uma equipe de filmagem, fenômenos sobrenaturais e pessoas que contavam ter encontrado a bruxa num bosque. Documentos eram apresentados e até mesmo o ponto de vista de céticos apareciam no site. Em 1999 foi lançado o filme, independente e de baixo orçamento, que teve um sucesso inesperado para os críticos.

“A Bruxa de Blair” traz à tona uma questão ética que não chegou a ser analisada por Jenkins. O site e o filme (que já fez surgir similares, como “Atividade paranormal”) podem passar a pessoas desavisadas a impressão de que são verdadeiros, documentários que buscam de fato entender um fenômeno. Isso remete ao já largamente debatido radioteatro “A guerra dos mundos”, uma adaptação do livro de H.G. Wells criada pelo autor e diretor Orson Welles para a rádio CBS, dos EUA, e que levou pânico a americanos que realmente acreditaram que Nova York estava sendo invadida por marcianos. O programa apresentava a história usando de metalinguagem: parecia uma programação normal de rádio da época, com música intercalada por boletins jornalísticos, os quais, aos poucos, começaram a narrar os eventos estranhos que logo se constatou ser a invasão marciana. Quem tivesse ouvido o programa de Welles desde o início saberia que era ficção; o programa brincava com uma linguagem, mas não tinha a intenção de enganar – o problema foram os ouvintes que não ouviram a introdução à história e acharam que estavam ouvindo a programação da rádio. No caso da “Bruxa de Blair”, a brincadeira foi justamente tentar enganar as pessoas e, com isso, atizar a sua curiosidade, levando-as ao filme, sem qualquer preocupação ética.

Jenkins vai falar também do envolvimento emocional que a narrativa transmídia quer criar entre o espectador e o produto audiovisual, para que o primeiro o siga pelas várias mídias, sempre atrás de mais um elemento da história, uma novidade sobre o personagem querido. “Então sejamos claros: há fortes motivações econômicas por trás da narrativa transmídia. [...] Há um forte interesse em integrar entretenimento e marketing, em criar fortes ligações emocionais e usá-las para aumentar as vendas” (2009, p. 148).

Ao falar de convergência, tratando-se de um setor oligopolizado como o da comunicação no Brasil, podemos falar também de uma convergência de empregos. Na nota “TV Globo anuncia nova estrutura de jornalismo”, o jornal informa, em 9 de julho, que a emissora criou a Área de Jornalismo e Esporte, seguindo o exemplo das Áreas de Entretenimento e Comercial da emissora, com maior integração das equipes na criação e

produção de conteúdos para TV aberta, TV fechada, internet e novas mídias digitais. O perigo é que este tipo de integração acaba resultando em que os mesmos profissionais exerçam funções para várias mídias da mesma organização empresarial, fechando vagas ou evitando a criação de novas.

E no 6º Fórum Internacional de TV Digital do IETV (em 28 de agosto de 2009), específico para tratar da questão da TV digital aberta, a convergência e os programas transmídia também acabaram invadindo o debate. O secretário do Audiovisual do Ministério da Cultura, Sílvio Da-Rin, já falou a partir de um cenário transmídia, sem tratar especificamente de TV digital. “Hoje há histórias em quadrinhos já pensadas para virar games, games que viram filmes, animação de longa metragem vira série para TV, que vira jogo eletrônico, história em quadrinhos, peças de vestuário, brinquedos, etc”, comentou o secretário, que também tratou de incentivo ao cinema, dos 17 centros de produção digital que o ministério criara no país, conteúdos de audiovisual que o ministério estava disponibilizando na internet e um processo de seleção de laboratórios para pesquisas de tecnologia audiovisual. A palestra de Da-Rin poderia ser mais um sintoma de que a TV digital estava perdendo terreno para outras mídias digitais tanto dentro como fora do governo.

Newton Cannito, roteirista de TV e doutor pela USP com a tese “TV 1.5” (e que em junho de 2010 passaria a ser secretário do Audiovisual do Ministério da Cultura), relatou em sua palestra que entrou em crise com a televisão com as novas possibilidades de interatividade, as quais, segundo ele, ninguém explicava:

Não ia ter mais narrativas, ia ser tudo criação coletiva. [...] Agora as coisas estão clareando. “Todos vão ser realizadores” é um pressuposto maluco. Outro é “todos conseguem”. Existe uma confusão entre escrever um e-mail e fazer um romance. O que está acontecendo é que pessoas estão usando a mídia audiovisual para se comunicar. Como antes as pessoas passaram a usar a escrita para se comunicar por cartas. Mas não significa que todos eram grandes escritores. Diziam que narrativa era do século XIX, que agora iam ser histórias curtas... Mas o que aconteceu é que as séries de TV americanas ficaram muito mais narrativas que antes. Em “9 mm” (programa de TV do qual Cannito é roteirista) a gente trabalha com a ideia de que todo mundo assiste a todos os episódios. A própria Fox deixa na internet, porque viu que não dava para segurar. Então todo mundo que gosta assiste a todos. E não tem diferença nenhuma se é em hd ou não. Se fizer uma série boa, com bom roteiro, etc, o público vai ver, em hd ou não. [...] Internet é típica mídia de arquivo, TV é típica mídia de fluxo. Rádio é fluxo, você quer aquilo ao vivo. A TV é muito boa no ao vivo, tem uma estética, uma construção do ao vivo. Nelson Hoineff ensinou como a TV nos anos 50 era rica por que ser ao vivo. Então é muito louco que a gente vai recuperar o modelo anos

50, ao vivo, a grade, a cara do canal, uma identidade. Ao vivo permite interatividade. Para ficção é a capacidade de serializar as coisas.

Cannito afirma que é perda de foco dizer que um meio de comunicação vai ganhar do outro. Segundo ele, tudo sendo digital, o conteúdo passa de uma mídia para a outra:

É tudo bit, zero e um. Qual mídia você faz? Não importa. O importante é fazer conteúdo. O específico da internet é isso, o do livro é isso, do boneco é isso. No Guerra das Estrelas o que dá dinheiro são os bonecos. George Lucas disse que abria mão dos direitos do filme, etc, quis os direitos dos bonecos. Foi ali que ele ganhou dinheiro. [...] Você tem que pensar em como criar universos, como incentivar comunidades e rituais – por exemplo, jogos de adivinhação do Lost. Lost já foi concebido como um produto multiplataforma. O site do Lost foi registrado dois anos antes. Cria pistas, às vezes tem intervenções físicas. Uma vez apareceu um ator num evento e disse: “você estão escondendo a verdade, a verdade é ...”, e as pessoas piram nisso. Nas narrativas transmidiáticas você já cria uma história para todas as mídias. A gente rompeu os limites de mídia. E tem que ter atuação em relação ao direito autoral. Como é que você vai medir a economia afetiva, que é o carinho da pessoa por aquela marca? As séries começam a se preocupar com o nível de fidelidade na primeira temporada, não mais com a audiência. Porque aí a audiência pode crescer nas próximas temporadas. Porque aqueles fãs vão se encarregar de divulgar, de fazer crescer. O que falta agora é juntar as mídias, ter uma que junte.

O raciocínio de Cannito reagindo à ideia da interatividade como “todos vão ser realizadores”, produtores de conteúdo para meios de comunicação, segue na linha de Freire Filho (2007):

A interatividade é festejada – em diversas elucubrações acadêmicas e comerciais do novo milênio – como a resposta tecnológica revolucionária tanto para os anseios de expressão criativa individual quanto para os desejos de maior participação democrática na condução da vida pública. Diante da democratização do controle criativo e do poder produtivo, antigos pressupostos sobre autoria e autoridade perderam radicalmente o sentido. De uma forma ou de outra, na atualidade, todos somos ou podemos ser artistas: talvez não propriamente no sentido de criadores de obras de arte, mas, pelo menos, de produtores de *conteúdo* (palavra da moda, que significa, ao pé da letra, simplesmente “aquilo que preenche espaços vazios”). (FREIRE FILHO, 2007, p. 67)

Freire, porém, também critica aqueles que temem ou desprezam o acesso do povo a um lugar de fala nos meios de comunicação. Ele apenas considera ilusória a autonomia prometida pelas novas tecnologias, uma vez que a interatividade é submetida aos formatos e limites pelo modo corrente de produção das novas mídias.

Não pretendo entrar aqui em julgamentos de valor em relação a produtos como *fans fictions*, trabalhos que podem ou não ter qualidade sob vários pontos de vista, ou vídeos de telespectadores que eventualmente possam ser enviados e divulgados por emissoras de TV.

A democratização da TV digital é vista aqui de um ponto de vista mais pragmático, basicamente pela multiplicidade de canais levando a múltiplas opções para o telespectador e a inclusão digital, possibilitando uma interatividade com serviços de governo e empresas, levando mais qualidade de vida aos cidadãos. Outros tipos de interatividade também podem trazer informações mais aprofundadas para o telespectador, o que pode ser útil e interessante para ele, e entretenimento, que também pode ajudar em sua qualidade de vida, mas não há dúvida de que toda esta interatividade é mediada e que não há garantia de que o telespectador encontrará algo que considere útil ou interessante no que possa vir a ser oferecido nesta área.

Ainda no congresso do IETV, outra entre as várias menções ao transmídia foi feita por Sandra Jimenez, diretora de Mídias Digitais e Novos Negócios da MTV. Ela informou que 97% do público da MTV usaram internet nos três meses anteriores, e 91% tinham celular. Segundo ela, o canal “tem que ter coisa para essas mídias. Mas não dá para fazer um produto que eles tenham que gastar R\$ 50 por mês para acessar”.

Nélson Hoineff, presidente do IETV, também mostrou dados de penetração dos vários meios digitais no Brasil, mas lembrou que a TV aberta ainda atinge um público muito maior que a fechada no país. Já nos EUA, Hoineff informou que a média de audiência das grandes redes havia caído de 14% para 8% em seis anos. A perspectiva futura não parecia muito diferente: ele citou uma pesquisa feita com pessoas de 6 a 18 anos em São Paulo para indicar a preferência entre TV e internet, e o resultado foi que 21% preferiam a primeira e 56%, a segunda. O pesquisador falou também sobre o crescimento dos celulares, que, no Brasil, já eram 152 milhões. Na China, segundo ele (citando uma pesquisa da Teleagent Systems), para 85% dos compradores, a principal influência na decisão de compra do celular em 2008 foi possuir TV com sinal aberto integrada; e 74% assistiam TV em celulares por 30 minutos ou mais sem interrupções.

O cocriador do Ginga, Luiz Fernando Soares, da PUC-Rio, quis chamar a atenção em sua palestra para a junção de dispositivos móveis e fixos na interatividade da TV. Com o Ginga (e desde que as emissoras disponibilizem o serviço), o telespectador pode interagir com um programa pelo celular enquanto outras pessoas no mesmo ambiente continuam a ver o programa pela TV, sem interrupções – opção que só existe no middleware brasileiro. Luiz Fernando comemorou o fato de que pela primeira vez na história o Brasil tem um

padrão mundial ITU, uma conquista do middleware que permite que ele seja usado em qualquer parte do mundo. E, segundo o professor, era “o único middleware padronizado, e é muito mais reconhecido lá fora que aqui”.

Na palestra, ele demonstrou uma certa irritação com o fato de ainda não termos o Ginga com interatividade plena na casa dos brasileiros, e afirmou que “código aberto chateia muita gente”. A linguagem NCL tem código aberto, podendo ser utilizada por qualquer pessoa sem pagar por isso. O Ginga NCL, inclusive, já estava disponível para uso em IPTV, ou seja, é possível interagir sem a necessidade de receptor no padrão ISDB. Luiz Fernando informou que o Ginga NCL já disponível para Linux e Windows em laptops “arreprou todo mundo que pretendia ganhar dinheiro com isso. A linguagem NCL foi feita para democratizar não só o acesso mas também a produção”. O pesquisador contou ainda que um site que faz comparações de linguagens de informática mostrou que a NCL Lua, criado na PUC, é sete vezes mais rápida e 40 vezes mais leve que a linguagem html, usada nos outros middlewares, e por isso o Ginga é o mais recomendado para vídeo.

Perguntado pela plateia sobre por que o Ginga ainda não estava sendo adotado, Luiz Fernando explicou que o Java não é nacional, e ainda estava sendo discutida a questão dos royalties. A indústria de equipamentos teria que pagar royalties e queria subsídios do governo para isso. “Essa indústria é a mais gananciosa em termos de subsídio, não traz nada para o país e não estão fabricando o Ginga porque não tem quem faça, só tem apertador de parafuso”, desabafou. O pesquisador lembrou ainda que naquele momento era possível ter oito programas na banda de frequência, podendo haver multiprogramação, “mas o governo diz que só as públicas podem ter. Se você for nos juízes, metade dos juízes vai dizer que pode, metade que não pode. A regulamentação está caduca”, afirmou Luiz Fernando. No capítulo sobre a TV pública, veremos a luta da TV Cultura contra o Ministério das Comunicações para conseguir fazer a multiprogramação.

Ezequiel Abramzon, vice-presidente de Mídia Digital da Disney Latin America, afirmou, em palestra no mesmo Fórum, que “a internet está mudando, você vai caminhar dentro dela, e os celulares vão dominar. Hoje é ‘The prosumer age’, producer + consumer”. Citando pesquisa da Deloitte, ele disse que já estavam nos seguintes percentuais as pessoas que diziam que os computadores já as entretinham mais que a televisão: 80%, de 13 a 24 anos; 74%, de 25 a 41 anos; 64%, de 42 a 60 anos; 51%, de 61 a 75 anos.

Vilches afirma que “los jóvenes tienden a sustituir la televisión por otras pantallas y, en todo caso, a utilizar los contenidos a través de alternativas como el móvil e videojuegos (2009, p.165)”¹¹⁸. Já Dupas faz um alerta sobre a internet, dizendo que “sua manutenção como um veículo público de socialização das informações, ao lado do seu inevitável e revolucionário uso comercial, irá depender de como sua regulação será efetivada pela sociedade” (2001, p. 24). Existe uma crença bastante difundida de que a internet deve ser totalmente livre, enquanto que outros defendem a sua regulação. Eagleton, não especificamente falando sobre a internet, faz alerta parecido com o de Dupas, defendendo a regulação ao criticar “intelectuais pós-modernistas” que acreditam que a normatividade é sempre negativa:

É um equívoco, contudo, acreditar que as normas são sempre restritivas. De fato, esse é um crasso delírio romântico. Em nosso tipo de sociedade, a norma é que as pessoas não se joguem sobre totais estranhos, emitindo um grito rouco, e amputem suas pernas. Está convencionado que assassinos de crianças sejam punidos, que homens e mulheres que trabalham possam deixar seus empregos, e que ambulâncias em alta velocidade a caminho de um acidente de trânsito não sejam bloqueadas só porque quero que se lixem. Qualquer um que se sinta oprimido por tudo isso tem de estar padecendo de grave supersensibilidade. Apenas um intelectual com uma overdose de abstração poderia ser obtuso o bastante para imaginar que qualquer coisa que viole uma norma será sempre politicamente radical. [...] O preconceito pós-moderno contra normas, unidades e consensos é um preconceito politicamente catastrófico (2005, p. 30-31).

Debates sobre seu futuro à parte, a internet cresce. Em 21 de agosto de 2009 O Globo informava que, de acordo com pesquisa do Ibope Nielsen Online divulgada na véspera, 36,4 milhões de pessoas usaram a internet em julho no trabalho ou em casa, um aumento de 10% em relação ao mês anterior. Também tinha crescido o tempo médio de uso da rede, mantendo o Brasil como líder no quesito. O número de internautas residenciais ativos chegou a 27,4 milhões, com crescimento de 7,4% em relação a junho e de 8% em relação a julho de 2008¹¹⁹.

O acesso à internet ganhou mais um impulso em 25 de agosto de 2009, quando a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) terminou de regulamentar o uso da banda larga pela rede elétrica, a Power Line Communications (PLC). Embora as empresas de energia tenham reclamado de regras que impediam uma lucratividade alta, especialistas

¹¹⁸ Em tradução livre: os jovens tendem a substituir a televisão por outras telas e, em todo caso, a utilizar os conteúdos através de alternativas como o celular e os videogames.

¹¹⁹ “Número de internautas no país cresceu 10%”. In: O Globo, 21/8/2009, p.28.

estimavam que entre 12 e 18 meses o serviço chegaria às grandes cidades, propiciando a inclusão digital¹²⁰. E já em 3 de setembro o governador de Minas Gerais, Aécio Neves, enviou à Assembleia Legislativa do estado projeto de lei autorizando a estatal mineira de energia, Cemig, a vender serviços de telecomunicação, com o objetivo de oferecer internet banda larga via PLC. As estimativas eram de que o consumidor pagaria a metade do preço por uma banda larga dez vezes mais veloz que a convencional¹²¹.

Novas formas de se comunicar também estavam ganhando impulso. Em 9 de agosto de 2009, matéria do Globo com o título “Com 5 milhões no Brasil, Twitter atrai empresas” informa que empresas como Gol, Brastemp, Pão de Açúcar e Submarino e outras passaram a ver o microblog como uma forma de atrair novos consumidores com promoções exclusivas para os “seguidores”. Em 2 de setembro, numa reportagem que tratava da venda de 65% da Skype pela eBay para um grupo de investidores por US\$ 1,9 bilhão, O Globo informava que o faturamento da Skype tinha crescido 25% no segundo trimestre, para US\$ 170 milhões, e o número de usuários tinha subido em 37,3 milhões, para 480,5 milhões¹²². Este crescimento põe a nu a ameaça que as telefônicas estão sofrendo em seu mercado e o motivo pelo qual tão desesperadamente elas querem entrar na área de TV a cabo e investem no fornecimento de conteúdo audiovisual pelo celular. Em 10 de setembro de 2009 O Globo informava que a Oi estava se preparando em sigilo para lançar a Oi TV, com tecnologia de internet (IPTV) e serviços convergentes de telefonia, internet e TV, envolvendo um investimento de R\$ 20 milhões.

E num pequeno box de pé de página do Globo de 1º de outubro de 2009 fica-se sabendo que, no primeiro semestre de 2009, os gastos com anúncios online superaram os gastos com publicidade na televisão na Grã-Bretanha. De acordo com o Internet Advertising Bureau em parceria com a Price Waterhouse e World Advertising Research Center, a publicidade na internet respondeu por 23,5% do total. A matéria, porém, não informa o percentual gasto com anúncios de TV¹²³. Outra matéria já havia informado, em 16 de fevereiro, que os grupos de mídia Gannet (84 jornais, entre outros), Hearst (12 jornais, 31 semanários, 200 revistas no mundo e 29 emissoras de TV, como ESPN), New

¹²⁰ TAVARES, Mônica. “Regras da internet pela tomada são aprovadas”. In: O Globo, 26/8/2009, p. 22.

¹²¹ FABRINI, Fábio. “Cemig quer oferecer internet”. In: O Globo, 4/9/2009, p. 26.

¹²² “eBay vende 65% da Skype por US\$ 1,9 bilhão”. In: O Globo, 2/9/2009, p.29.

¹²³ “Anúncio na web: popular”. In: O Globo, 1/10/2009, p. 28.

York Times.co (NYT, Herald Tribune, The Boston Globe, mais 15 jornais e mais de 50 sites) e Tribune (Los Angeles Times, Chicago Tribune e 23 cadeias de TV) se uniram para elevar suas receitas com publicidade digital. A rede, aberta à entrada de outros sócios, permitiria que um anunciante comprasse espaço publicitário de uma só vez nas webs de jornais e cadeias de TV. O grupo iria competir com a rede criada pelo Yahoo mais de um ano antes. Mais um passo de emissoras de TV, junto com outros afetados pelas novas mídias digitais, para adaptar seu modelo de negócios a este mercado em transformação.

Uma nota da coluna Controle Remoto do Globo de 9 de dezembro de 2009 trazia uma pesquisa da Nielsen nos EUA revelando que 99% dos telespectadores ainda assistiam TV via televisores, mas que o consumo de vídeos via computador tinha crescido 35% em relação a 2008. E ainda que o gravador de vídeo, que permite montar sua própria programação, tinha 21% mais adeptos que no ano anterior. Pela pesquisa, o público de 45 a 54 anos era o que gastava mais tempo online, sete horas por semana, o que a coluna considerou surpreendente.

A cineasta e produtora de vídeo Rosane Svartman, dona da produtora Raccord, faz os chamados programas transmídia, além de já ter feito programas específicos para celular e internet. Em palestra na PUC-Rio em 1º de outubro de 2009, ela se mostrou cética em relação à TV digital interativa e disse que ainda há controvérsias se vai se firmar a produção própria de vídeos para celulares ou se eles apenas reproduzirão o conteúdo da TV.

Enquanto isso, em 2009 as novidades não paravam de chegar no mundo televisivo, com o lançamento da TV Full HD 3D pela Panasonic, Sony, Toshiba e Sharp e a promessa da Philips de, em breve, apresentar um modelo que dispensa o uso de óculos especiais; e a apresentação pela Toshiba e Panasonic de protótipos de televisores 4k2k, com quatro vezes mais pixels que a Full HD (3.840p x 2.160p de definição). A diferença de imagem para melhor, porém, só será sentida por quem tiver uma tela de, no mínimo, cem polegadas. As novidades foram apresentadas na Ceatec 2009, no Japão, a maior feira de eletrônicos da Ásia, conforme reportagem do caderno Digital do Globo de 26 de outubro de 2009.

Essas novidades que chegam cada vez mais rápido, transformando em lixo o que existia antes, foram descritas por Bauman (2007) como parte constitutiva do que ele chamou de vida líquida da pós-modernidade. Segundo o sociólogo, na pós modernidade o

que importa é a velocidade, quem fica parado fica obsoleto, e não podemos nos apegar a lugares, a pessoas, nem a coisas. Os objetos velhos ou ultrapassados devem ser logo descartados para ceder lugar aos novos, e isto serve, obviamente, aos interesses do capital de vender cada vez mais para lucrar cada vez mais. Eagleton também denuncia que “um tipo de capitalismo mais esperto, consumista, nos persuade a sermos indulgentes com nossos sentidos e a nos gratificar tão despudoradamente quanto possível” (2005, p. 19). Para Dupas (2001, p. 84), “a aliança com as técnicas se negocia continuamente, requer cidadãos esclarecidos, vigilantes e críticos, não consumidores fascinados”.

Em 18 de dezembro reportagem do Globo informa que a Oi lançaria em janeiro o IG filmes, com o objetivo de alugar filmes via celular (inicialmente no Rio, São Paulo, Minas Gerais e Paraná) ou por redes de fibra ótica, começando por bairros do Rio de Janeiro como o Leblon. O IG Filmes seria parte do portal IG (que era controlado pela Brasil Telecom, empresa comprada pela Oi no ano anterior) e teria parceria com a NetMovies, controlada pela IdeiasNet. Também no fim de 2009 o Youtube passou a exibir vídeos em full HD.

A concorrência digital também se acirrava do lado da TV por assinatura. Em março de 2010, de acordo com O Globo, a Net e a Sky “bateram a marca das 300 mil residências assinando a TV digital. As vendas começaram tímidas mas cresceram no começo do ano”¹²⁴. A nota cita como motivo do aumento a queda nos preços dos aparelhos de TV digital (“há dois anos, um televisor de 42 polegadas full HD custava cerca de R\$ 5 mil. Hoje, o preço caiu para R\$ 2,5 mil”), o fato de que os assinantes não precisam mais comprar o *decoder* e a aproximação da Copa, lembrando ainda que o serviço inclui DVR, permitindo que o assinante grave o que quiser e, portanto, monte sua programação. No quadro a seguir podemos acompanhar a crise e o posterior crescimento no número de assinantes da TV paga no Brasil nas suas três modalidades: cabo, MMDS (microondas) e DTH (satélite).

¹²⁴ KOGUT, Patrícia. “TV paga cresce entre a classe C”. In: O Globo, 27/3/2010, Segundo Caderno, p. 8.

EVOLUÇÃO DA BASE DE ASSINANTES

ANO	CABO	MMDS	DTH	TOTAL	CRESCIMENTO
1993	100.000	-	-	100.000	-
1994	350.000	-	-	350.000	250%
1995	644.300	240.200	115.500	1.000.000	186%
1996	1.206.000	396.000	198.000	1.800.000	80%
1997	1.758.124	420.351	392.838	2.571.313	43%
1998	1.801.245	315.824	576.270	2.693.339	5%
1999	1.772.642	295.578	905.348	2.973.568	10%
2000	1.997.054	333.975	1.138.000	3.469.029	17%
2001	2.088.408	298.258	1.172.000	3.558.666	3%
2002	2.069.193	249.395	1.139.373	3.457.961	- 3%
2003	2.113.679	227.649	1.192.124	3.553.452	2%
2004	2.242.890	230.950	1.315.823	3.789.663	7%
2005	2.462.873	230.511	1.388.540	4.081.924	8%
2006	2.807.727	261.514	1.470.400	4.539.641	11%
2007	3.235.834	342.779	1.755.470	5.334.083	18%
2008	3.841.975	392.271	2.016.141	6.250.387	17%
2009*	4.299.362	381.741	2.350.491	7.031.594	12,49%

* Terceiro trimestre.

Fonte: Revista Tela Viva, março de 2010 (encarte)/PTS.

Também em março de 2010, a Apple já recebia encomendas para o iPad, computador do tipo tablet, ultraportátil, que permite ler livros eletrônicos, ver vídeos e entrar na internet – um avanço em relação ao Kindle, livro eletrônico da Amazon que já estava no mercado e não oferecia acesso à rede. Em 3 de abril o tablet, com tela de toque de 9,7 polegadas, chegou às lojas dos EUA. A versão Wi-Fi pesa 680 kg e o modelo com 3G e conectividade ao celular pesa 730g. A duração da bateria é de cerca de dez horas acessando a internet via Wi-Fi, ou vendo vídeo ou ouvindo música. O iPad, além de ler livros em voz

alta, também permite que o usuário dite um livro, e tem entrada para teclado externo. Os preços variavam de US\$ 499 a US\$ 829, dependendo da quantidade de memória¹²⁵.

Em 19 de março, uma notícia de quatro parágrafos em meio de página do caderno de economia do Globo dava conta, ainda extra-oficialmente, que a Google tinha se unido à Intel e Sony para criar a Google TV:

As três empresas pretendem desenvolver uma tecnologia que permitirá aos usuários de TV navegarem por aplicativos na Internet – como o microblog Twitter ou o site de fotografias Picasa – simplesmente trocando de canal. Alguns aparelhos de televisão e conversores atuais já oferecem acesso a conteúdos de Internet, porém a opção de sites é restrita. A Google pretende abrir a desenvolvedores de softwares sua plataforma de TV, que é baseada em seu sistema operacional Android, desenvolvido para smartphones¹²⁶.

Em 20 de maio a Google anunciou oficialmente a Google TV, informando que ela chegaria ao mercado americano entre setembro e novembro de 2010, embutida em televisores Sony ou em set top boxes, as caixinhas conversoras. Para fabricar o novo produto, a Google fez parcerias com a Sony, Intel, Logitech, Dish Networks e Adobe. Pela nova TV o usuário tem acesso a todo o conteúdo da web.

Nos EUA, a Federal Communications Commission (FCC, órgão regulador dos meios de comunicação) apresentou ao Congresso seu plano nacional de banda larga, prevendo conexão de alta velocidade para 90% da população até o fim da década, “com pelo menos cem milhões de lares acessando banda larga de cem megabits por segundo”¹²⁷. A FCC explica que 100Mbps vai tornar os EUA o maior mercado do mundo para internet rápida, atraindo investidores de outros países a desenvolver e lançar suas inovações lá. A mesma reportagem informa que a taxa de penetração da banda larga nos EUA naquele momento era de 65%, com velocidade média entre três e quatro megabits. “No Brasil, ainda temos uma porcentagem baixa da população com banda larga (14%) e na sua maioria ela é lenta (66% < 1Mbps) e cara (R\$ 162 em média), segundo estudo do Ipea”. O governo americano pretendia subsidiar a banda larga (já tendo começado a investir US\$ 7,2 bilhões) e pensava

¹²⁵ “Apple inaugura temporada do iPad”. In: O Globo, 13 de março de 2010, p. 34; “Prepare-se para a largada”. In: O Globo, revista Digital, 29/3/2010, p. 3 e “Apple vê forte demanda por seu novo computador, que chega às lojas sábado”. In: O Globo, 30/3/2010, p. 26.

¹²⁶ “Google, Intel e Sony se unem por TV”. In: O Globo, 19/3/2010, p. 35.

¹²⁷ ALMEIDA, Eduardo. “O exemplo lá do norte”. In: O Globo, revista Digital, 22/3/2010, p. 6.

em criar um set top box universal conectando internet e TV a cabo. Ao mesmo tempo, a Google anunciou que pretende instalar acesso ultrarrápido em algumas cidades americanas com até 500 mil clientes de graça. A velocidade seria de um gigabit por segundo¹²⁸. Nem vale a pena compararmos com o Plano Nacional de Banda Larga que o governo brasileiro lançaria um pouco depois, como veremos mais adiante, com sua velocidade de acesso entre 512 e 784 kbps.

São Paulo já tem banda larga e telefonia fixa fornecidas pela rede de distribuição elétrica em 350 edifícios (18 mil residências). O serviço é oferecido pela Intelig, utilizando a tecnologia BLP (Broadband over PowerLine). A conexão de 10 Mbps custa R\$ 74,90 mensais. A Eletropaulo Telecom forneceu a infraestrutura do sistema, e é preciso apenas espetar um modem especial à tomada elétrica após uma visita dos técnicos da companhia¹²⁹.

Em meio a tantos maravilhados com a internet e às tentativas, para todo lado, de expandi-la para que cada vez mais gente tenha acesso a um meio tão democrático, há aqueles que não comemoram. É o caso de Scolari (2009), que demonstra perplexidade com o futuro do mundo sem uma mídia que leve às pessoas uma voz dominante como a que as últimas gerações se acostumaram:

La televisión há sido uno de los más formidables instrumentos de *broadcasting* para la creación de agenda y gestión de la opinión pública. Ahora bien, que sucede cuando la televisión estalla y se atomiza en millones de experiencias individuales de *narrow* y *nanocasting*? Qué medio-institución se encargará de hacer circular el *cemento ideológico* – por usar la metáfora de Gramsci – que mantiene unida sociedad? Cómo se construye la hegemonía en un ecosistema mediático fragmentado? Cómo se orienta la opinión pública en un mundo de redes sociales colaborativas? Los desafíos que plantea la hipertelevisión interpelan al corazón de las formas de reproducción de nuestra sociedad” (p. 197)¹³⁰.

Scolari não chega a responder a essas perguntas, que lembram um pouco o pensamento de Wolton (2006) em defesa da comunidade reunida em volta do mesmo canal

¹²⁸ VASCONCELOS, Nelson. “Googleband”. In: O Globo, 23/3/2010, coluna “Conexão Global”, p. 25.

¹²⁹ “Banda larga via rede elétrica”. In: O Globo, revista Digital, 29/3/2010, p. 4.

¹³⁰ Tradução livre: A televisão tem sido um dos mais formidáveis instrumentos de broadcasting para a criação de agenda e gestão da opinião pública. Pois bem, o que acontece quando a televisão explode e se atomiza em milhões de experiências individuais de narrow e nanocasting? Que meio-instituição se encarregará de fazer circular o cimento ideológico – para usar a metáfora de Gramsci – que mantém unida a sociedade? Como se constrói a hegemonia em um ecossistema midiático fragmentado? Como se orienta a opinião pública num mundo de redes sociais colaborativas? Os desafios que a hipertelevisão estabelece questionam o coração das formas de reprodução da nossa sociedade.

de TV. Wolton também não gosta do aumento do número de canais, com o público dividido. Mas podemos pensar que a sociedade sem esta voz dominante pode seguir tão bem quanto antes do surgimento do rádio e da TV, quando os meios de comunicação eram jornais e livros variados diluídos em meio à população. Sendo que, agora, ainda há a possibilidade de esta população ter voz própria através das redes sociais e da internet como um todo. Qual a necessidade de um meio de comunicação dominante que defina a agenda da opinião pública? De se construir hegemonia na mídia? Na maioria dos casos, parece mais um perigo que um benefício.

2.8 A Conferência Nacional de Comunicação

O movimento social que defendia uma TV digital democrática esteve também reunido (e também, eventualmente, divergindo) em torno da Conferência Nacional de Comunicação, uma demanda antiga para discutir uma regulação para o setor que o governo federal finalmente agendou. As notícias sobre os preparativos para a conferência, que aconteceria de 14 a 17 de dezembro de 2009 em Brasília, foram escassas no Globo. Em 9 de maio de 2009, reportagem informava que os radiodifusores debateriam, no 25º Congresso Brasileiro de Radiodifusão, consensos para a conferência. Eles queriam manter a separação entre comunicação e telecomunicações (alegando que a primeira é gratuita e a segunda, paga) e a obrigatoriedade de nacionalidade brasileira para donos de rádio e TV. Eram também contrários à proposta do FNDC e da CUT de criação de conselhos municipais para avaliar as concessões de canais e interferir na programação de rádio e TV. “São coisas que não contribuem para um debate do que vai ser a comunicação do futuro”, disse o presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Daniel Slaviero, na matéria. Slaviero disse também que a comunicação que conhecemos hoje vai passar necessariamente pela internet, e que a TV digital já estava em 18 cidades e o sinal, disponível para 45 milhões de pessoas.

Em 6 de agosto foi publicada uma matéria de quatro parágrafos informando apenas que representantes do governo e de empresas de comunicação tinham se reunido na véspera para tratar da organização da conferência; e que as empresas de telecomunicações iriam participar do evento e nova reunião decidiria se as de radiodifusão, mídia impressa e

provedores de internet também iriam. Uma conferência nacional para debater a comunicação e as empresas de comunicação ainda estavam pensando se deveriam ir: o fato em si é autoexplicativo.

A conferência, por um bom tempo, tinha sido cercada de muita expectativa por parte dos movimentos sociais pela democratização das comunicações. No entanto, estes movimentos já vinham percebendo que dificilmente seria possível conseguir avanços concretos da forma como estavam sendo conduzidos os preparativos para a conferência.

Bia Barbosa, membro da coordenação executiva do Coletivo Intervozes, em palestra em junho de 2009, afirmou que a verba que o governo divulgara que investiria na conferência foi caindo de R\$ 8,2 milhões para R\$ 1,6 milhões.

Se sairmos do movimento social para a conferência com o movimento social mais organizado vamos dar um salto, não nas questões concretas, mas na luta. Não temos a ilusão que vamos sair dali com a democratização das comunicações, mas vamos levar a pauta de discussões para a população brasileira e aumentar o número de defensores da questão. A conferência foi convocada após dois anos de pressão da sociedade, e ela é só o começo do processo. [...] A primeira coisa que o Hélió Costa disse, depois de falar anos que o Brasil não precisava de uma conferência de comunicação, foi que a conferência tinha que debater infra-estrutura, etc, tudo, menos conteúdo¹³¹.

A coordenadora do Intervozes também relatou que o ministro Hélió Costa, num congresso da Abert, disse que a juventude tinha que “despendurar” da internet e voltar a assistir televisão. Bia Barbosa disse ainda, na palestra, que Hélió Costa é o garantidor da ligação do governo Lula com a Globo. “A Globo patrocinou a eleição do Alckmin contra o Lula. A gente achou: agora o Hélió Costa cai. Mas não caiu. E o programa de governo do Lula (e não apenas o programa do partido) falava da democratização das comunicações”, comentou.

A próxima reportagem do Globo sobre a conferência foi apenas em 19 de novembro, e dizia que o diretório nacional do PT tinha aprovado um texto defendendo o controle público dos meios de comunicação e a criação de mecanismos de sanção à imprensa, como preparação à sua participação na conferência. O documento também defendia “mudanças no atual modelo de outorga de concessões no setor de comunicação que, segundo o partido, é anacrônico, autoritário e ‘privilegia grupos comerciais em

¹³¹ Bia Barbosa, palestra no JPPS da ECO/UFRJ em 1º de junho de 2009.

detrimento dos interesses da população””. Os últimos três parágrafos da matéria são dedicados a um especialista que critica o PT e a dizer que o presidente Lula não vinha poupando ataques à imprensa.

Outra matéria sobre a conferência só foi aparecer no jornal em 14 de dezembro, em meio de página esquerda, o lado menos valorizado:

Cercada de polêmicas, será aberta hoje à noite em Brasília a 1ª Conferência Nacional de Comunicação, na qual estarão em debate 6.101 propostas sobre a produção e distribuição de informações jornalísticas e culturais no país. Entre os temas estão as propostas de controle social da mídia por meio de conselhos de comunicação e elaboração de uma nova lei de imprensa. A solenidade de abertura terá a presença do presidente Luiz Inácio da Silva. No fórum, convocado pelo governo federal, serão debatidas propostas da União, das empresas do setor e da sociedade civil, estas colhidas nas 27 conferências estaduais preparatórias. São 1.684 delegados. Pelas regras do encontro, 40% representam a sociedade civil, 40% os empresários e 20% são ligados ao poder público¹³².

Em seguida a reportagem informava que havia propostas da sociedade, com apoio da União, de favorecer TVs comunitárias e veículos de pequeno porte com um terço da verba publicitária oficial e de incentivar a regionalização do conteúdo da mídia. As propostas do governo se dividiriam em setoriais, como a promoção do debate sobre a imagem da mulher na TV e a redução dos preços da publicidade durante crises de saúde; e as regulatórias, como a classificação indicativa por lei, o aperto ao cumprimento do número máximo de outorgas por grupo empresarial e a restrição à venda de tempo de programação. A matéria afirmava que as entidades representantes das empresas de comunicação não participariam da conferência, por temer “que parte das propostas do encontro relacionadas a suposto controle social dos meios de comunicação resulte na criação de mecanismos de censura ou de inibição da liberdade de imprensa”, e colocava em seguida o Ministério das Comunicações rebatendo a crítica. O documento final, segundo a reportagem, deveria servir de base para a implementação de políticas de comunicação e elaboração de projetos de lei sobre o assunto. Sobre TV digital, nada foi comentado.

No dia seguinte, outra matéria em meio de página esquerda, mostrando a pouca importância dada ao assunto – ou, seguindo a Sociologia das Ausências, a pouca importância que o veículo pretende que o leitor dê ao assunto levado pelo fato de o jornal não dar nem um alto de página para ele. A reportagem destacava o discurso de Lula

¹³² de CARVALHO, Jailton. “Fórum discute produção de informação”. In: O Globo, 14/12/2009, p. 4.

defendendo a liberdade de imprensa. No terceiro parágrafo, Lula lamenta a ausência dos empresários. Depois há uma repetição de dados da matéria da véspera e, no final, a informação de que o ministro Hélio Costa foi vaiado pela plateia.

Foi só no dia 18, dia seguinte ao encerramento da conferência, que o jornal lhe atribuiu importância, trazendo chamada na primeira página e uma matéria de meia página inteira, no alto, e com título que já demonstra crítica ao resultado: “Confecom aprova medidas restritivas ao jornalismo”. A expressão “medidas restritivas” no lugar de “controle social” usado pelos movimentos sociais parece querer passar ao leitor a ideia de cerceamento da liberdade de expressão. O lide é ainda mais explícito:

Cinco anos depois de ser retirado da pauta do Congresso Nacional, a 1ª Conferência Nacional de Comunicação, encerrada ontem, aprovou proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo (CFJ) e mais uma série de medidas consideradas restritivas à liberdade de imprensa, de expressão e da livre iniciativa. As sugestões, sem caráter impositivo, serão agora encaminhadas ao governo e ao Congresso Nacional. O ministro da Comunicação Social, Franklin Martins, disse que as propostas podem ou não ser acolhidas pelo governo¹³³.

Guillermo Mastrini, professor de Universidad de Quilmes, de Buenos Aires, em palestra com conteúdo ainda a ser publicado¹³⁴ destacou que, na agenda de políticas de comunicação, predomina, do lado dos progressistas, a defesa do direito à comunicação e, do lado dos não progressistas, em especial as corporações de mídia, a defesa da liberdade de expressão. Mastrini afirmou que o conceito de liberdade de expressão foi, há muito tempo, apropriado pelos donos dos meios de comunicação contra a interferência do Estado. No caso específico da América Latina, isso inclui que o Estado não interfira na utilização do espaço midiático por seus donos em defesa de interesses próprios. Por isso, segundo ele, a sociedade civil precisa usar outro conceito, que é o direito à comunicação.

É interessante, ainda, analisarmos o lide transcrito acima levando-se em conta o positivismo do texto jornalístico. O texto diz que as medidas são “consideradas” restritivas, mas não diz consideradas por quem, transformando o trecho em uma opinião disfarçada, o que parece ir contra o contrato de leitura feito pelo jornal com os leitores de que as matérias

¹³³ de CARVALHO, Jailton. “Confecom aprova medidas restritivas ao jornalismo”. In: O Globo, 14/12/2009, p. 4.

¹³⁴ Palestra “Políticas de comunicação e governos progressistas da América Latina”, proferida no I Seminário Internacional Convergência das Mídias: Regulação para a Cidadania, da Escola de Comunicação da UFRJ e Instituto Nupef, em 4 de novembro de 2010.

não são opinativas – as opiniões são expressas nos editoriais, página de opinião e cartas do leitor.

No pé da matéria, está a informação de que a TV Bandeirantes e Rede TV participaram do evento, e que a ANJ e Abert, entre outras entidades “que representam a maioria das emissoras de rádio, TV, os jornais e as revistas do país decidiram, há quatro meses, não participar do encontro por considerar que a conferência teria caráter de cerceamento da liberdade de imprensa e da livre iniciativa no setor”, ou seja, encerrando a matéria com praticamente as mesmas palavras que estavam no lide. Uma pequena matéria coordenada trata especificamente das críticas da ANJ e Abert às propostas, consideradas, inclusive, antidemocráticas. Um quadro lista algumas das propostas (17) das 672 aprovadas, nenhuma delas especificamente em relação à TV digital. Os movimentos sociais pareciam cansados de tentar e não conseguiram avanço algum sobre o tema.

Até o fim de 2010 nem o governo nem o Congresso brasileiros haviam se movimentado para regulamentar a TV digital, bem diferente do que ocorreu na Europa:

Quando as transmissões de TVD “terrestre” (TVD-T) começaram na Europa, nos primeiros anos do século XXI, o arcabouço político-normativo estava, no essencial, estabelecido e legalmente formalizado. Foi esse arcabouço, elaborado conforme também avançavam os trabalhos do Grupo DVB, que definiu as especificações e as características técnicas do que viria a ser conhecido como “padrão DVB”. 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, os produtores de conteúdo, dentre estes, principalmente, os próprios produtores europeus (beneficiados por políticas de cotas estabelecidas conforme a diretriz *Televisão sem Fronteiras*) (DANTAS, 2009, p. 295).

A ausência de regulação para a TV digital no Brasil não deveria causar espanto. Qualquer tentativa de regulação é classificada e desqualificada pelas Organizações Globo como censura e/ou tentativa de cercear a liberdade de expressão. Há inúmeros exemplos disso, como os ataques à tentativa de criar a Ancinav e o Conselho Federal de Jornalismo. Quando foi aprovado na Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara dos Deputados um projeto que proibia publicidade para crianças nos meios de comunicação em julho de 2008, reportagem do Globo trouxe o presidente da Abert, Daniel Slaviero, dizendo que isso inviabilizaria a programação infantil na televisão (como se a verba de publicidade fosse marcada e apenas a publicidade para crianças pudesse sustentar a programação infantil na

TV aberta), e afirmando que o Conselho de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar, formado por agências de publicidade) era o fórum adequado para tratar do assunto e o poder público não deveria interferir. A reportagem, porém, ouve o outro lado e termina com o autor do projeto, deputado Luiz Carlos Hauly (PSDB-PR), dizendo que a publicidade infantil cria expectativas de consumo a que 90% dos pais não podem atender¹³⁵.

Dias depois outra reportagem é mais incisiva. Com o título “Liberdade de expressão é o pilar da democracia”, mostra o discurso do vice-presidente das Organizações Globo, João Roberto Marinho, no IV Congresso Brasileiro de Publicidade, no qual ele diz que o cidadão é tratado com tutela e que não há democracia com tutela. Como se um projeto de lei aprovado no Congresso não fosse democrático. Segundo a reportagem, “ele falou sobre as tentativas de restrições à liberdade de expressão comercial”, como se tal figura existisse com a palavra comercial incluída. Da mesma forma que o direito constitucional de ir e vir é regulado por leis como as de trânsito, a liberdade de expressão também é e pode ser regulada por leis, mas as Organizações Globo insistem em torcer os fatos para fazer parecer a seus telespectadores, ouvintes e leitores que a liberdade de expressão das empresas de comunicação deve estar acima do bem e do mal e não podem sofrer qualquer regulação. No dia seguinte, mais uma reportagem, também de meia página, voltando a bater na mesma tecla, com o título “Contra a censura, mesmo a ‘bem-intencionada’”, e subtítulo “IV Congresso de Publicidade defende liberdade de expressão comercial, inclusive para garantir uma imprensa livre”¹³⁶.

Mas quando é para seu benefício, o grupo pede regulação, como demonstra reportagem do Globo menos de um mês depois. Em evento da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA) houve um racha entre “as duas principais empresas associadas da entidade” e as demais, com as primeiras acusando as teles de “desrespeitarem a Lei do Cabo ao passar a oferecer serviços de televisão por assinatura aos seus clientes” e a Anatel “por permitir que isso ocorra”.

— Queremos regras claras e funcionando. Eles (as operadoras de telefonia) querem acabar conosco — reclamou o executivo da Net, para quem essa instabilidade regulatória estaria afetando os preços das ações da empresa desde julho de 2007.

¹³⁵ “Abert critica restrições a propaganda”. In: O Globo, 12/7/2008, p. 10.

¹³⁶ BARBOSA, Adauri A. “Liberdade de expressão é o pilar da democracia”. In: O Globo, 16/7/2008, pág. 27, e “Contra a censura, mesmo a ‘bem-intencionada’”. In: O Globo, 17/7/2008, pág. 26.

[...] O presidente da ABTA, Alexandre Annenberg, não poupou crítica às teles e à postura do governo. Segundo ele, as operadoras de telefonia são uma das “pedras no caminho” do mercado de TV paga¹³⁷.

Em outro momento, no fim de 2009, Abert e a Associação Nacional de Jornais (ANJ) divulgaram nota defendendo que “sites da internet que fazem o papel de empresas de comunicação sejam submetidos às mesmas regras válidas para jornais, revistas, rádios e emissoras de TV”, ou seja, ter no máximo 30% de capital estrangeiro, ser chefiadas por brasileiros natos ou naturalizados há pelo menos dez anos:

Não há controle da sociedade ou dos poderes públicos sobre quem são os verdadeiros donos dessas empresas e em que condições produzem o material divulgado.
“Está mais do que na hora de a sociedade brasileira restabelecer a lei e desfazer o equívoco: a liberdade irrestrita no uso da infraestrutura de redes da internet e nos serviços de intercomunicação (redes sociais e outros) não pode ser confundida com desrespeito à lei no que se refere à produção e programação de conteúdo nacional”, dizem as duas entidades na nota¹³⁸.

Ainda em 2009, na edição de 25 de novembro, O Globo traz um pequeno box de opinião (um pequeno editorial) ao lado de uma matéria sobre o Plano Nacional de Banda Larga (PNBL) com o título “Previsível”. No minieditorial, o jornal critica a intenção do governo de ter uma estatal (que poderia ser a Telebrás ressuscitada, o Serpro ou outra empresa) para implantar e gerenciar o PNBL. O texto diz que “os estatistas não perdem a oportunidade para embarcar na máquina do tempo rumo ao passado”, que esta empresa seria ineficiente e inchada de funcionários e que seria melhor “para contribuinte e usuário estimular a concorrência entre as empresas privadas do setor”¹³⁹. Também podemos dizer que é previsível o uso do espaço do jornal na defesa de interesses próprios da empresa, no caso, o serviço de banda larga Net-Virtua.

Reportagem do Globo de 13 de março de 2010 afirmava, no segundo parágrafo, que “apesar da promessa do ministro das Comunicações, Hélio Costa, de que todas as capitais do país teriam a TV digital até o fim de 2009, isso não aconteceu”. A reportagem trazia uma crítica ao ministro, mas estava localizada na parte de baixo de uma página esquerda, espaço menos nobre do jornal. O motivo da matéria era que cinco capitais do país, Maceió,

¹³⁷ RODRIGUES, Lino. “TV paga divide setor de telecomunicações”. In: O Globo, 12/8/2008, p. 22.

¹³⁸ De CARVALHO, Jailton. “ANJ e Abert cobram regras iguais para sites”. In: O Globo, 17/11/2009, p. 9.

¹³⁹ “Previsível”. In: O Globo, 25/11/2009, p. 24.

Rio Branco, Macapá, Boa Vista e Porto Velho ainda veriam os jogos, em junho, pela TV analógica. Ao mesmo tempo, informava que 32 cidades já tinham as transmissões digitais, sendo o Rio de Janeiro com oito emissoras, São Paulo com 14 e Brasília com nove.

A reportagem informava ainda que diversas emissoras estavam com dificuldades para cumprir o cronograma. Se uma emissora não começar a fazer os testes (e, para isso, precisa ter os equipamentos) até o primeiro semestre de 2011, terá que devolver o canal. O custo de um transmissor estava estimado, naquele momento, em US\$ 1,5 milhão e o de um retransmissor, em US\$ 100 mil.

Na edição de março de 2010, a revista Tela Viva anuncia a chegada ao mercado de televisores com Ginga. Mas, no editorial, o editor André Mermelstein não demonstrava otimismo:

Os modelos de exploração da interatividade estão sendo definidos e ainda serão bastante experimentados. Impossível agora saber o que vai “pegar”. Podem ser as votações do “Big Brother”, consulta à tabela do Brasileirão ou à previsão do tempo, jogos, compras ou nenhuma das anteriores. E há questões importantes a se resolver, como a sobreposição da interatividade na programação e nos breaks comerciais e as fontes de receita que ela pode gerar (ao contrário de modelos como o SMS, que hoje remunera, e bem, as emissoras). No setor público, vislumbra-se a possibilidade de serviços de cidadania pela TV, como consultas à Previdência, à Receita Federal, agendamento do SUS, campanhas e outros. Mas tudo isso já nasce com uma cara de coisa antiga. Os recursos chegarão ao consumidor em uma época em que quase 60% da população acessa a Internet, e 90% tem um telefone celular. Com a implantação do Plano Nacional de Banda Larga, qualquer que seja a sua configuração final, a expectativa é que o acesso à Internet seja universalizado em alguns anos. E o uso da Internet móvel se consolida rapidamente. A interatividade na TVD, que em muitos casos sequer terá um canal de retorno, terá que concorrer com estas outras plataformas, muito mais interativas, ricas em recursos, e altamente disponíveis¹⁴⁰.

Reportagem da mesma edição da Tela Viva informava que no início de fevereiro de 2010 o Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital enviou à Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) os perfis do middleware que poderiam ser usados na TV brasileira: uma versão simplificada, com suporte a texto, fotos e animações; e outra que permitiria o tráfego de vídeos. Ficou aberta a discussão sobre um terceiro perfil (que poderia também ser parte do segundo), que permitiria rodar os aplicativos em celulares, videogames, tocadores de vídeo, etc.

¹⁴⁰ MERMELSTEIN, André. “O Ginga chegou, e agora?”. In: Tela Viva, março de 2010, p. 3.

A indústria teme que o perfil mais avançado eleve muito o custo dos receptores, alegando que esta versão do Ginga com suporte a vídeo demanda mais recursos de hardware, como memória, por exemplo. [...] Não há ainda um modelo de negócios definido para rentabilizar a interatividade, nem sequer apostas alinhadas em uma tendência¹⁴¹.

A reportagem mostra executivos de diversas emissoras falando dos testes que estão sendo feitos com aplicativos para o Ginga, inclusive em parcerias com empresas desenvolvedoras de software. No caso da TV Globo, o diretor de engenharia, Raymundo Barros citou como exemplo acessar os diários dos participantes do “Big Brother Brasil” e interações no futebol, como acesso a estatísticas da partida, a gols de outros jogos da rodada e à tabela de classificação. Em novelas, seria possível participar de enquetes e opinar sobre os rumos da história. A matéria não aborda esta questão mas, neste caso, haveria uma economia nos gastos da emissora, que hoje paga por pesquisas qualitativas para descobrir o que os telespectadores desejam para a história, e a modificam de acordo, para tentar aumentar a audiência. A interatividade prevista pelas cabeças de rede tendia a ser bastante limitada. Já a MTV declarou que não faria interatividade via TV digital, e investiria nas redes sociais, como Twitter e Facebook.

Em relação ao modelo de negócios na TV interativa, Ferraz (2009) dá sugestões otimistas:

Excetuando-se aplicações que ou são obrigatórias (ex., EPG) ou são de interesse exclusivo da emissora (Portal), quase todas as aplicações têm que estar associadas a um modelo de negócios – programas mais atraentes em função da aplicação interativa associada, comerciais interativos e interatividade paga são exemplos de (novas) fontes de faturamento par as emissoras. Um programa interativo (ex. futebol interativo com informações dinâmicas do jogo e do campeonato, noticiário interativo com maiores detalhes (opcionais, interativos) de reportagens) (sic) poderá permitir maior faturamento, em função de maior qualidade oferecida e, conseqüentemente, maior potencial de audiência. Um comercial interativo também poderá ter uma maior percepção de valor, por qualidade, ao possibilitar acesso a mais informações sobre o produto em foco (“faça agora o *test drive* deste automóvel”), e/ou por conveniência (“clique no botão azul e compre agora a blusa da personagem A da novela”) – *t-commerce*. Em alguns casos, mesmo considerando-se o fato de a TV ser aberta, aplicações como jogos ou outros serviços poderão ser pagas (*pay per use*) (p. 40-41).

Os executivos do setor, porém, não estavam tão otimistas e não conseguiam chegar a um modelo de negócios que tornasse a interatividade atraente para as emissoras.

¹⁴¹ LAUTERJUNG, Fernando. “TV participativa”. In: Tela Viva, março de 2010, p. 14-17.

Enquanto deixava a TV digital à própria sorte no jogo do mercado, governo federal lança em 5 de maio de 2010 o Plano Nacional de Banda Larga (PNBL), um programa de inclusão digital com o objetivo de levar o acesso à internet em alta velocidade para os 4.278 municípios onde o atendimento é precário ou não existe. Para isso, o governo pretende usar os 21 mil quilômetros de cabo de fibra ótica da Petrobras e da Eletrobrás. A gestora do PNBL será a Telebrás, estatal que até 1998 controlou as telefônicas estaduais brasileiras. Os recursos viriam do Tesouro Nacional e, a partir do terceiro ano, das mensalidades pagas pelos usuários. No dia do lançamento, o jornal O Globo informava que apenas 20,8% dos domicílios brasileiros tinham internet em alta velocidade. A tarifa do programa deve variar entre R\$ 15 e R\$ 35, para atingir as classes C e D.

No dia seguinte, O Globo dizia que o número de domicílios conectados passaria de 11,9 milhões para 35,2 milhões em cinco anos com o PNBL. Porém, a velocidade de acesso ficaria entre 512 e 784 kbps, o que foi alvo de crítica de especialistas, que afirmavam que, com esta velocidade, não seria possível trafegar imagens e conteúdo com qualidade, e que na Europa e nos EUA só é considerada de banda larga a conexão acima de um mega. O jornal dizia ainda que, em 2009, os preços mais baixos do mercado variavam entre R\$ 49 e R\$ 96 para velocidades, na maioria, abaixo de 256 kbps.

A disseminação da internet, caso ocorresse de acordo com as intenções declaradas pelo governo federal, poderia trazer a inclusão digital que diversos setores da sociedade e do próprio governo defendiam, e que a TV digital vinha falhando em conseguir.

2.9 Uma lei única para a TV por assinatura

Durante todo o período de debates e decisões sobre a TV digital brasileira, a TV por assinatura também era foco de debates e de uma tentativa de regulamentação – o projeto de lei 29/2007, ainda em tramitação no Congresso. Em setembro de 2007 o deputado Jorge Bittar (PT-RJ) apresentou uma proposta de substitutivo para os quatro projetos de lei que havia para unificar a legislação de TV por assinatura – há leis diferentes para TV a cabo, MMDS (microondas) e DTH (satélite). As idas e vindas do projeto foram muitas ao passar pelas comissões da Câmara e depois, do Senado. O substitutivo de Bittar, que começou a tramitar na Comissão de Desenvolvimento Econômico da Câmara, não colocava limites ao

capital estrangeiro para prestação do serviço, e as operadoras de telefonia poderiam atuar no setor, mas a programação e empacotamento deveriam ficar a cargo de brasileiros. Estabelecia também cotas de 10% para filmes, séries e documentários brasileiros em cada canal, e pelo menos 10% dos canais de cada pacote teriam que ser nacionais. A publicidade seria limitada a 10% do total da programação e 15% de cada hora, sendo a metade disso nos canais infantis. A proposta iria passar pelas Comissões de Ciência e Tecnologia e de Constituição e Justiça da Câmara, para depois ir ao Senado, segundo reportagem do Globo de 28 de setembro de 2007. Neste caminho, houve muita pressão e o projeto foi sendo modificado.

Em artigo na página de opinião do Globo, o presidente da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), Alexandre Annenberg, afirmava, em 15 de maio de 2008:

O tema do projeto que provoca maior polêmica é o da imposição de cotas de conteúdo nacional nas grades da TV paga. Para começo de conversa, é preciso ficar claro que não há ninguém no setor de TV por assinatura que seja contrário ao incremento de conteúdo nacional nas suas grades. A maioria das operadoras de TV a cabo já investiu e construiu seus próprios canais locais.

O que se discute, isso sim, é a imposição de um instrumento tão retrógrado e ineficaz como o de cotas.

A solução que o presidente da ABTA dá no artigo é usar dinheiro do Fust para fomentar a produção e distribuição de produtos audiovisuais brasileiros. O argumento de Annenberg é interessante de analisar. O termo imposição não deveria se aplicar a um projeto de lei (futura lei) debatido pelos representantes legitimamente eleitos pela população. Em segundo lugar, se o setor de TV por assinatura é realmente a favor da produção nacional e já tem seus próprios canais (o que faz supor que já existe boa quantidade de produção nacional na programação), uma política de cotas, no mínimo, não faria diferença, pois não seria capaz de alterar a programação existente.

Um anúncio da ABTA veiculado à exaustão na TV paga a partir do momento em que o PL 29 começou a ser discutido mostrava uma vocação autoritária da Associação, e não do projeto. Um ator dizia o seguinte texto, em tom de gravidade e de alerta à população:

Desculpe interromper a sua programação assim, mas se o projeto de lei 29/2007 for aprovado não será mais você que vai escolher a programação da sua TV por assinatura. Com essa lei, 50% dos canais da sua TV terão que ser nacionais e 10% do conteúdo de todos eles,

mesmo os estrangeiros, também. Eles decidem o que você vai assistir e no final você é quem pagará mais por isso. Não deixe que prejudiquem a sua liberdade de escolha. Entre nesse site e diga para o seu deputado: eu pago, eu escolho o que quero assistir na minha TV por assinatura¹⁴².

O site mencionado, que aparecia escrito na tela, era o www.liberdadenatv.com.br. O anúncio, como se vê, tratava de induzir o telespectador de que sua liberdade de escolha estava em perigo, quando, na realidade, quem definia a programação disponível para os assinantes eram as empresas e canais da TV por assinatura, e não o telespectador.

Enquanto isso, reportagem do jornal Estado de São Paulo de 4 de junho relata que o deputado Jorge Bittar disse que “a TV por assinatura é praticamente um monopólio” e que “um grupo domina o cabo e outro, o satélite” (CRUZ, 2008). Como já visto anteriormente, as Organizações Globo estão presentes nos dois grupos, e a defesa destes interesses aparece no que é e no que não é noticiado pelo jornal O Globo. Um dos dois momentos, desde o início desta pesquisa em matérias do Globo, em que aparece o movimento popular pela democratização das comunicações (o outro foi uma citação à CUT e FNDL em 9 de maio de 2009 dizendo que os radiodifusores eram contrários a uma proposta das duas entidades de criar conselhos municipais para avaliar as concessões de canais e interferir na programação de rádio e TV), é numa matéria de 6 de junho em que uma opinião do FNDC de alguma forma coincidia com a das Organizações Globo. A reportagem começava dizendo que a votação do PL 29 tinha sido adiada na Câmara por interferência do governo, incluía uma entrevista alertando para a possibilidade de desnacionalização do setor e informava que “o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) alerta que é preciso delimitar mais claramente a participação das teles na distribuição do conteúdo, o que, segundo a entidade, não é feito pelo substitutivo”¹⁴³.

Em 29 de agosto de 2008, O Globo publica que o PL 29, que estava praticamente pronto para ser votado em plenário, poderia voltar à estaca zero, uma vez que o presidente da Câmara, Arlindo Chinaglia (PT-SP) acatara recurso do deputado Cezar Silvestri para que o projeto fosse para a Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara. O deputado Jorge Bittar tentaria levar o projeto a plenário por meio de um acordo de líderes dos partidos.

¹⁴² Comercial produzido em 29/11/2007 para a Associação Brasileira de Televisão por Assinatura.

¹⁴³ ROSA, Bruno. “Órgãos criticam proposta para TV paga”. In: O Globo, 6/6/2008, p. 30.

O projeto, no entanto, foi para a nova comissão e só foi aprovado nela em 19 de agosto de 2009, embora deixando 11 destaques de fora para votação posterior, justamente os pontos mais polêmicos. A votação manteve o limite de participação cruzada de, no máximo, 30% entre empresas de telecomunicações e de audiovisual (produtoras, programadoras e radiodifusoras); impôs o limite de 12,5% da programação para anúncios (que não durou muito) e definiu que a Agência Nacional do Cinema (Ancine) poderia estabelecer percentual menor para os canais infantis; determinou a Classificação Indicativa com base no Estatuto da Criança e do Adolescente; obrigou a contratação de agências de publicidade brasileira para a publicidade; a empresa responsável pelo empacotamento teria que ser constituída no Brasil; e determinou que todos os canais exibam, pelo menos, três horas e meia por semana ou meia hora por dia de programação nacional, conforme reportagem do Globo de 20 de agosto de 2009.

A chegada do projeto à Comissão de Ciência e Tecnologia, sob a relatoria do deputado Paulo Henrique Lustosa (PMDB-CE) fez logo com que o limite para publicidade saltasse para 25% da programação, o mesmo que na TV aberta. O texto foi aprovado na comissão em 2 de dezembro de 2009, reduzindo poderes de fiscalização da Ancine, flexibilizando a definição de conteúdo nacional para cotas e deixando alguns destaques para votar depois. A votação final foi em 9 de dezembro e o projeto seguiu para a Comissão de Constituição e Justiça da Câmara. Lá recebeu 22 emendas e ataques às tentativas de regulação do conteúdo. O projeto foi aprovado na comissão em 11 de maio de 2010, e dali seguiria para o Senado, praticamente com o mesmo texto aprovado na comissão anterior, com a diferença de incluir um canal religioso obrigatório em todas as cidades. A cota para produção nacional ficou em três horas e meia semanais para um canal em cada três do pacote. O presidente da Abert, Daniel Slaviero, disse que pontos importantes para a radiodifusão foram preservados¹⁴⁴.

Em 27 de março de 2010, a coluna Controle Remoto do Globo publica que, segundo a Anatel, a base de assinantes de TV paga já estava em 7,725 milhões e que, de acordo com o Ibope, enquanto em 2002 16% dos domicílios assinantes eram da classe C, em 2009 esse

¹⁴⁴ TAVARES, Mônica. “TV por assinatura com mais anúncio”. In: O Globo, 17/11/2009, p. 22 e “Comissão da Câmara aprova projeto que unifica sistemas de TV por assinatura”. In: O Globo, 12/5/2010, p. 27; OSWALD, Vivian. “TV paga: serviço será aberto a telefônicas”. In: O Globo, 10/12/2009, p. 37; POSSEBON, Samuel. “Conectada e em qualquer lugar”. In: Anuário de mídias digitais Pay-TV 2010.

percentual tinha pulado para 27%. Por conta disso, a Globosat lançaria o Viva, canal com reprises de novelas da Globo e programas populares, como o “Mais Você” e “TV Xuxa”. “O alvo do Viva é uma mulher do tipo rainha do lar. Ela gosta de receitas, de dramaturgia, de filmes dublados. Tudo isso estará lá”, dizia a nota. O Viva pode também ser uma forma de as Organizações Globo combaterem o PL 29, mostrando que não é preciso colocar na lei cotas para a programação nacional, uma vez que isso é feito espontaneamente – sendo que este espontaneamente só ocorreu após o projeto existir e ter a possibilidade de virar lei de fato.

TV por assinatura, internet e até mesmo celular, como vimos, acossam o mercado e os lucros da TV digital aberta. Diante da possibilidade que a internet passe por cima da TV digital, carregando seu público, a expectativa de que isso democratize as comunicações é grande. Não cabe aqui debater o futuro da internet, mas vale mostrar que, embora esta esperança seja válida, já há alguma concentração no setor. De acordo com levantamento da Serasa Experian Hitwise, a Google mantém a liderança, com 29,83% de todos os acessos no Brasil¹⁴⁵. O renomado escritor português José Saramago, que tem um blog, disse que nada há que seja verdadeiramente livre nem suficientemente democrático, por isso não tinha ilusões em relação à internet. Sobre o twitter, site de mensagens compartilhadas que virou febre no Brasil a partir de 2009, ele diz que nem teve a tentação de neófito: “Os tais 140 caracteres refletem algo que já conhecíamos: a tendência para o monossílabo como forma de comunicação. De degrau em degrau, vamos descendo até o grunhido”¹⁴⁶.

Podemos invocar, ainda, as reflexões de Guattari sobre os rumos do capitalismo para olhar com cuidado a internet, mais especificamente o mercado de internet, as empresas que o dominam:

O capitalismo mundial está comprometido numa incontrolável e vertiginosa aceleração. Ele tem que apelar para tudo e não pode mais se dar ao luxo de respeitar tradições nacionais, textos e instituições legislativas ou judiciárias, que limitariam no que quer que fosse sua liberdade de manobra (GUATTARI, 1987, p. 205).

¹⁴⁵ VASCONCELOS, Nelson. “Só dá Google”. In: O Globo, 23/3/2010, coluna “Conexão Global”, p. 25.

¹⁴⁶ MIRANDA, André. “A internet não veio para salvar o mundo”. In: O Globo, 25/7/2009, Segundo Caderno, p. 8.

A internet também, enquanto democratiza por um lado, vem tendo problemas ainda não totalmente resolvidos, por exemplo, com legislações locais, as quais, às vezes, não são respeitadas na atuação de uma empresa de internet de um determinado país em outro.

Por sua vez, Machado, como já visto, está cético quanto ao futuro da TV digital. E ele considera curioso que se tenha optado por um modelo em que a grande novidade é a alta definição, quando a reclamação das pessoas em relação à TV sempre foi relativa à qualidade do conteúdo e não ao número de linhas da imagem. Ele pergunta se precisamos de mais linhas para ver as rugas do apresentador Sílvio Santos ou os fios brancos na cabeleira negra da atriz Claudia Raia.

Essa tão alardeada TV não produziu até agora qualquer mudança significativa e é pouco provável que o faça num futuro próximo. Ao que parece, com exceção de alguns poucos nichos de classe média alta, os telespectadores não estão se entusiasmando muito em investir fortunas numa tecnologia que até agora não disse a que veio. De parte dos produtores, poucos programas estão sendo produzidos e difundidos com tecnologia de TV digital e, mesmo assim, quando estão, na maior parte das vezes utilizam apenas a alta definição. A transmissão direta via satélite, a passagem da TV preto e branco para a colorida e o surgimento do videocassete produziram impactos muito mais profundos nos modos de fazer e ver televisão do que a TV digital pode agora insinuar. E depois, como o padrão de TV digital adotado oficialmente pelo governo Lula é o mais conservador dentre todos os conhecidos, sequer há muito que se esperar, pelo menos em termos de Brasil, já que as possibilidades de interatividade integral, ampliação dos canais, inclusão digital e inserção de novos atores na produção de conteúdos já foram de antemão afastadas (2009, p. 223).

Com a chegada da internet e novas formas de reprodução digital, que transformam em abundância a escassez de que o capitalismo precisa para ter lucro, Gorz anuncia uma crise no capitalismo:

O saber não é uma mercadoria qualquer, seu valor (monetário) é indeterminável; ele pode, uma vez que é digitalizável, se multiplicar indefinidamente e sem custos; sua propagação eleva sua fecundidade, sua privatização a reduz e contradiz sua essência. Uma autêntica economia do saber seria uma economia comunitária, na qual as categorias fundamentais da economia política perderiam seu valor e a força produtiva mais importante estaria disponível a uma tarifa zero.

[...]

Em decorrência de suas incoerências e contradições internas, o capitalismo do saber parece extremamente instável, vulnerável, marcado por conflitos culturais e antagonismos sociais. Mas é exatamente essa instabilidade que lhe possibilita progredir em direções opostas. Não se trata apenas de um capitalismo suscetível a crises; trata-se da crise do próprio capitalismo, que abala as estruturas profundas da sociedade (2005, p. 59).

Ainda não chegamos no momento de saber se este tipo de acontecimento de fato está colocando o capitalismo em xeque ou se ele continuará no controle por já estar se adaptando e não apenas usando as mudanças em seu benefício, mas incentivando as mudanças para vender cada vez mais novidades. O fato é que o reinado das emissoras de TV aberta brasileira sobre a audiência está cada vez mais ameaçado, e a digitalização da TV, da forma que foi implantada no Brasil, parece fazer pouca diferença neste destino.

CAPÍTULO 3

TV PÚBLICA: SAÍDA PARA DEMOCRATIZAR A TELEVISÃO DIGITAL?

O governo Lula se mostrou dividido em relação à questão da TV digital desde o ingresso de Hélio Costa, identificado com os interesses dos radiodifusores, no Ministério das Comunicações. Frustrada a tentativa de democratizar as comunicações através da TV digital, o Ministério da Cultura, por exemplo, tentava encontrar outras brechas para defender o interesse público na televisão que se digitalizava. Uma das brechas encontradas foi a criação da chamada TV pública.

Esta TV pública, projeto do governo batizado de TV Brasil ao se tornar concreto, começou a funcionar em dezembro de 2007, com a fusão das TVs Educativas do Rio de Janeiro e do Maranhão, TV Nacional (Brasília) e um novo canal, o 4 da Net, em São Paulo, este último funcionando a partir de 14 de maio de 2008. A TV Brasil está subordinada à EBC (Empresa Brasil de Comunicação), ligada ao Ministério do Planejamento. A EBC foi criada por decreto do presidente Lula em 25 de outubro de 2007 como sociedade anônima de capital fechado, capital de R\$ 200 milhões e autorização de repasse de R\$ 20 milhões do orçamento da União para suas atividades. “A EBC é resultado da fusão da Radiobrás com a Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp) e vai administrar, além da TV pública, o sistema de rádio do governo federal e a Agência Brasil”¹⁴⁷.

Bia Barbosa, membro da coordenação executiva do Coletivo Intervozes, lembra que quem oficialmente criou a TV Brasil foi a Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom), presidida pelo ministro Franklin Martins. “Mas foi o Ministério da Cultura que promoveu, junto com outras entidades, o I Fórum de TVs Públicas, que construiu as bases para a criação da TV Brasil. Depois do término do Fórum, o presidente Lula passou a missão da criação da TV Brasil para a Secom”¹⁴⁸, explicou.

Para os idealizadores da chamada TV pública, ela era uma forma de implantar os ideais de uma televisão democrática, que promovesse a inclusão social (digital, inclusive), num espaço que escapasse da interferência dos radiodifusores privados. A ideia poderia

¹⁴⁷ “Decreto cria empresa para gerir TV pública”. In: O Globo, 26/10/2007, p. 10.

¹⁴⁸ Palestra no JPPS da ECO/UFRJ em 1º de junho de 2009.

parecer, a princípio, um paradoxo, pois a TVE do Rio e demais formadoras da nova rede já eram públicas, uma vez que pertenciam ao governo federal e, portanto, ao povo brasileiro. Se utilizarmos o conceito de Leal Filho (2007), porém, elas eram estatais – seriam públicas apenas se fossem financiadas diretamente pelo público, através do pagamento de uma taxa, como a BBC britânica. Não seria o caso da nova TV pública brasileira, que permaneceria estatal, mas o uso do termo “público” servia aos seus idealizadores para expressar uma televisão mais voltada ao interesse público do que as emissoras que formavam a nova rede tinham conseguido ser até então. Para buscarmos entender mais a fundo o espírito que levou à formação da TV Brasil vale a pena voltarmos no tempo, ao início do rádio no Brasil, quando o mesmo espírito chegou a prevalecer, obviamente dentro do contexto da época.

3.1 A defesa do interesse público no início do rádio no Brasil

A primeira década do rádio no Brasil tem semelhanças com o momento de implantação da TV digital no país. Não apenas era a chegada de uma nova tecnologia de comunicação, mas o uso que se faria deste meio levou a debates e à defesa de interesses conflitantes de forma bastante parecida com os atuais. À época da implantação do rádio, trazido por Edgard Roquette-Pinto, durante toda a década de 20 do século passado houve uma disputa para definir se o meio de comunicação deveria continuar a ser financiado pelos próprios usuários – que, naquele tempo, pagavam uma taxa anual, como se fossem sócios de um clube, mesmo sistema ainda hoje utilizado por emissoras públicas em alguns países europeus – ou pela publicidade. Para Roquette Pinto e outros defensores da taxa, o veículo ser sustentado pelos próprios usuários trazia independência para o conteúdo, enquanto a publicidade os tornaria dependentes dos interesses do mercado. A fundação do rádio se deu com um punhado de “amadores”, como eles mesmos se designavam na época, liderados por Roquette-Pinto, que bancavam os custos de seu próprio bolso como em um clube.

Foi no dia 20 de abril de 1923, na sala de física da Escola Politécnica, no Largo do São Francisco, em plena reunião da Academia Brasileira de Ciências, que um grupo de cientistas liderados por Roquette-Pinto criou a PR-1-A – Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Henrique Morize, presidente da Academia, foi aclamado presidente da Rádio Sociedade, tendo Roquette como secretário. Em hábil manobra política, Roquette-Pinto indicou para presidente de honra da Rádio Sociedade o ministro da Viação e Obras Públicas, Francisco

Sá, de quem dependeria a revogação da lei que tornava o rádio uma atividade clandestina. O que, de fato, ele faria pouco tempo depois. (ABDALLA Jr. & RAMOS, Murilo C., 2005, p. 120).

Os defensores do financiamento pela publicidade acabaram vencendo em 1932, quando o então presidente da República, Getúlio Vargas, autorizou a publicidade no rádio. No início do rádio existiam pessoas e empresas que viam o veículo como oportunidade de negócios e de lucro, enquanto outras o enxergavam como oportunidade de levar cultura ao povo. Podemos dizer que aparecia naquele momento, como na fase de implantação da TV digital, uma luta entre pessoas que defendiam o interesse público versus as que defendiam o interesse do mercado, mesmo com as diferenças de cada época. Mas, como diz Santos (2007), “às vezes os povos perdem a memória de suas forças, das coisas inovadoras que fizeram no passado e que poderiam assumir de novo” (p. 70).

Muitos defensores do interesse público no caso da TV digital (e na comunicações em geral) têm na memória os ideais e a luta de Roquette-Pinto em prol desses mesmos interesses, mas para os brasileiros em geral esta memória se perdeu. E a possibilidade de ela voltar à tona foi restringida justamente pela falta de democracia em boa parte dos meios de comunicação, pois interesses próprios de seus donos os impediam de divulgar as ideias das pessoas que defendem o interesse público no caso da comunicação, e também de divulgar as opções que havia em relação à TV digital. Por isso podemos novamente concordar com Santos, quando diz que

vivemos em sociedades politicamente democráticas mas socialmente facistas. Ou seja: está emergindo uma nova forma de fascismo que não é um regime político, mas um regime social. É a situação de gente muito poderosa que tem poder de veto sobre os setores mais fracos da população. [...] O fascismo social [...] não é produzido pelo Estado mas tem a cumplicidade do Estado. [...] Vivemos em democracias de baixa intensidade (SANTOS, 2007, p. 88 e 90).

Em 1924 a revista Radio – que trazia a programação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, considerada a primeira do país – apresentava artigos que tratavam das grandes discussões travadas à época sobre o veículo. No editorial, comemorando um ano do rádio no Brasil, Roquette-Pinto (que trouxe para o Brasil pela primeira vez também a TV, esta em uma experiência no Rio de Janeiro em 1933) definia como missão do rádio, com sua

vocação para veículo de massas, levar cultura para o povo brasileiro – era nesse sentido, portanto, que o interesse público era defendido por Roquette-Pinto.

[...] Mas o Brasil tem forças e riquezas capazes de o transformarem em dez annos numa das maiores patrias da Terra. Falta-lhe apenas cultura. Ella ha-de fazer o povo precaver-se melhor contra a doença que gera a preguiça, porque o homem são nunca é preguiçoso em qualquer clima que viva; ella ha-de impedir que o povo seja explorado pelos egoistas e exaltados que não comprehendem e não querem comprehender que a violência e a guerra não resolvem as situações humanas, como se viu ainda agora, de 1914 a 1918; ella ha-de fazer reagir os bons brasileiros contra os appetites de alguns desalmados que não hesitam explorar o paiz de uma maneira vilipendiosa. Só a cultura fará reagir o povo contra a doença, contra a pobreza, contra a desordem.

Hoje, mais do que nunca sentimos a grandeza do papel que nos cabe como força humilde mas sincera no preparo da transformação geral que é preciso seja feita na educação dos brasileiros.

A Radio Sociedade do Rio de Janeiro, a Sociedade Radio Educadora Paulista, o Radio Club do Recife, a Radio Sociedade da Bahia, o Radio Club de S. Paulo, o Radio Club de Curityba, o Radio Club do Ceará, a Radio Sociedade Rio Grandense, o Radio Club do Brasil, que acaba de fundar ao nosso lado, e todos os outros **centros de cultura** que se formarem no paiz; dispostos a se entregarem à nossa obra, elevada e pura, **sabendo resistir de todo ponto às tentações do mercantilismo grosseiro**, todos os que se gruparem para propagar no Brasil a radiotelephonia como processo de informação popular, para diffundir a sciencia, a literatura, a musica, todos os que se gruparem para impedir que a radiotelephonia seja empregada no Brasil como uma nova arma para explorar o povo, hão de contar sempre com o nosso apoio decidido, energico e franco (ROQUETTE PINTO, Edgard. “O nosso aniversario”. In: *Radio*. Outubro-1. 1924, grifo meu).

Naquele momento, o rádio ainda não era o veículo de massas que viria a se tornar – no Rio, apenas 965 residências tinham o aparelho receptor -, mas Roquette-Pinto sabia que rapidamente o rádio atingiria um grande público e, por isso, estava preocupado com o conteúdo que seria transmitido (Revista Radio, 1º de outubro de 1924, p. 2-4). Roquette já era um cientista conhecido, membro da Academia Brasileira de Ciências. Ele se formara pela Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro em 1905 e, pouco depois, tornou-se professor de Antropologia no Museu Nacional, desenvolvendo extensa pesquisa sobre os sambaquis (concentrações pré-históricas de conchas, utensílios e ossadas) – no litoral do Rio Grande do Sul. Em 1912 passou quatro meses na expedição do então tenente-coronel Cândido Mariano da Silva Rondon entre os rios Juruena e Madeira, atuando como etnógrafo, sociólogo, geógrafo, arqueólogo, botânico, zoólogo, linguista, médico, farmacêutico, legista, fotógrafo, cineasta e folclorista. A partir dessa experiência, publica, em 1916, o livro *Rondônia*. Em 7 de setembro de 1922 acontece a primeira demonstração pública de rádio no Brasil, na Feira-Exposição Mundial do Centenário da Independência, na

Praça XV, no Rio de Janeiro, com equipamentos instalados pelos fabricantes e depois comprados pelo governo federal. Em primeiro de maio de 1923, usando o tempo ocioso desses equipamentos, Roquette-Pinto começa as transmissões da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que havia sido fundada no dia 20 de abril (FERRARETTO, 2008). Mas mesmo antes da exposição de 1922 Roquette já fazia experiências artesanais com rádio. Ele começou a se interessar pelo tema em 1912, quando acompanhou Cândido Mariano Rondon em expedição para a construção de linhas telegráficas do Mato Grosso ao Amazonas¹⁴⁹.

Uma grande preocupação do início do rádio – e também a grande disputa – era como financiar este veículo. De um lado, estava a taxa anual, paga pelos então chamados “amadores” (ouvintes), que sustentava as emissoras, como se fosse uma conta de luz ou outro serviço público. Já naquela época era possível antever – ou, pelo menos, os defensores da taxa poderiam – que isso trazia independência para as emissoras. De outro lado, havia a defesa da publicidade, que eximiria os ouvintes de pagar a taxa. A mesma revista *Radio* publica como artigo uma carta do professor da Escola Politécnica e presidente do Comitê de Broadcasting da Rádio Sociedade, Dulcídio Pereira, polemizando com uma entrevista do número anterior que defendia a taxa, à época coletada pelos Correios e Telégrafos:

[...] Contra a taxa cobrada de cada amador que possui aparelho de recepção, eu me insurgi, julgando-a “vexatoria, injusta e impossível de ser fiscalizada”.

[...]

É vexatoria, porque obriga ao amador modesto uma despesa annual que póde representar uma percentagem elevada sobre o valor de sua installação. E em paiz onde a educação popular concretiza o mais importante e urgente de todos os problemas nacionaes, é vexatoria qualquer taxa, por mínima que seja, desde que ella venha incidir sobre um factor, e um factor preponderante da solução desse problema.

É injusta, porque não attinge a todos com o gráo de proporcionalidade aos benefícios a que ella se refere. A taxa é a mesma para o grande e para o pequeno, e são justamente os abastados que, possuindo aparelhos aperfeiçoados, podem se furtar à collecta, por dispensarem a antena, o accessorio indiscreto que em alguns casos póde facilitar uma pseudo fiscalização.

[...]

E quando nenhuma outra razão pudesse ser invocada, bastaria lembrar que “o amador que installa o seu aparelho presta um serviço ao paiz”, pelo menos igual ao benefício que recebe, tal como acontece a todo indivíduo que se educa. Cada aparelho receptor funciona como um novo centro de irradiações de idéas e de ensinamentos, e é de interesse da Nação que esses centros se multipliquem” (PEREIRA, Dulcídio. “Deve ser livre a transmissão?”. In: *Radio*. Outubro-1. 1924).

¹⁴⁹ Entrevista com Claudio Roquette-Pinto Bojunga em 16/04/2010.

Ou seja, a publicidade seria a solução para difundir a cultura para todos, porque a maioria do povo era pobre e não poderia pagar a taxa, logo, não teria o rádio. Só que as emissoras comerciais sustentadas pela publicidade, como se viu tanto no rádio como na televisão, que seguiu o mesmo modelo, estavam bem menos interessadas em difundir a cultura e ajudar o povo a combater a pobreza (se é que havia algum interesse) do que em fazer programas de grande audiência que permitissem vender bem os comerciais.

A argumentação de Dulcídio Pereira e dos demais que a defendiam partia de uma base falsa. O problema não era a taxa, a qual os pobres não poderiam pagar e por causa dela o sonho de melhorar o nível cultural do povo pelo rádio não poderia ser atingido. O problema era a má distribuição de renda no país, que não permitia que o povo tivesse condições de pagar a taxa.

Em livro publicado em 1927 e com trechos republicados sob a forma de artigo em 2008 (com a grafia atualizada para a época da publicação), Roquette-Pinto contava que havia mais de três anos começara a praticar a “radiotelegrafia educativa”. Ele calculava que na época havia cerca de 150 mil ouvintes diários dessas “lições, conferências, música, História do Brasil, higiene, conselhos úteis à agricultura, notícias cambiais e comerciais, notas de ciência etc” (ROQUETTE-PINTO, 2008, p. 23). Ele dizia saber que muitas das pessoas que ouviam ainda era formada por pessoas cultas, que tinham no rádio um passatempo, mas afirmava que outros milhares eram pobres que, sem saber ler, iam aprendendo um pouco. Neste artigo, ele faz um resumo do que seria seu plano “para transformar em cinco ou seis anos a mentalidade popular da minha terra”:

Em linhas gerais:

1º - Cada estado, na sua capital, dispondo de estabelecimentos de ensino de certo vulto, fundaria uma grande radioescola. Um entendimento entre os governos, sob os auspícios do Governo Federal, permitiria a aquisição das vinte poderosas estações necessárias. Seriam todas do mesmo tipo, por economia, fornecidas em concorrência pública. Não há um só estado do Brasil em condições de não poder com essa despesa. A função dessas vinte grandes Radioescolas Estaduais seria puramente diretora. Seus programas educativos mostrariam às cidades do interior o caminho a seguir.

2º - Uma vez que o ideal é dar ao homem do povo o seu rádio, seria preciso completar a instalação do sistema. Para isso, os municípios limítrofes entrariam em acordo para subvencionar um, mais rico e mais bem situado. Nesse seria erigida a Radioescola Municipal, servindo diretamente ao povo, de acordo com a orientação recebida das Radioescolas Estaduais.

Naqueles municípios centrais há sempre um respeitável juiz de Direito, estudioso da História e da Geografia do Brasil (o seu sonho dourado é mesmo entrar para o Instituto

Histórico...); há um promotor, moço de talento, que tem garbo em tratar de versos e literatura e vive pensando na Academia de Letras; há um médico, ou dois, para as lições de História Natural ou de Higiene; há professores do “grupo escolar”... enfim, há sempre um rapaz que toca harmônio na igreja e muitas moças que cantam. É só mobilizar todos esses elementos em benefício da educação dos pobres.

A estação da Radioescola Municipal?... Custará muito menos do que o altar-mor da Matriz... E os receptores?

Cada brasileiro, que carece de cultura, deve encontrar no município meios de possuir seu par de fônios e seu cristal; os municípios conseguirão facilmente – desde que se não entreguem nos exploradores gananciosos e malvados – um tipo de receptor local popular que poderá custar a terça parte do preço de uma sanfona (ROQUETTE-PINTO, 2008, p. 24).

Roquette-Pinto conclui a proposta dizendo que o Estado deveria oferecer isso à população, e que os povos fortes são os que sabem aplicar a ciência e a arte em melhorar a vida. Podemos entender melhor esta intenção de levar cultura ao povo através de Bauman.

O termo “cultura” foi concebido no interior de uma família de conceitos que incluía expressões como “cultivo”, “lavoura”, “criação” – todos significando aperfeiçoamento, seja na prevenção de um prejuízo, seja na interrupção e reversão da deterioração. O que o agricultor fazia com a semente por meio da atenção cuidadosa, desde a semeadura até a colheita, podia e devia ser feito com os incipientes seres humanos pela educação e pelo treinamento. As pessoas não *nasciam*, eram *feitas*. Precisavam *tornar-se* humanas – e nesse processo de se tornar humanas (uma trajetória cheia de obstáculos e armadilhas que elas não seriam capazes de evitar nem poderiam negociar, caso fossem deixadas por sua própria conta), teriam que ser guiadas por outros seres humanos, educados e treinados na arte de educar e treinar seres humanos (BAUMAN, 2009, p. 71 e 72).

Apesar desta relação desigual, que poderia mesmo ser considerada etnocentrista da parte de Roquette, a intenção dele era tornar os “incultos” iguais aos “cultos” para que os primeiros não fossem explorados pelos segundos. Era desta forma que Roquette e outros alinhados à mesma causa defendiam o interesse público naquela década de 20 no Brasil.

O cientista estava além de seu tempo em relação à democracia, e isso é comprovado inclusive por seu posicionamento em relação ao racismo. No livro *Rondônia*, ele vai contra o racismo “científico” que grassava na época com base na teoria de Arthur de Gobineau de que a mistura das raças as enfraquecia:

Nenhum dos tipos da população brasileira apresenta qualquer estigma de degeneração antropológica. Ao contrário. As características de todos eles são as melhores que se poderiam desejar. [...] O número de indivíduos somaticamente deficientes em algumas regiões do país é considerável. Isso, porém, não corre por conta de qualquer fator racial; deriva de causas patológicas cuja remoção, na maioria dos casos, independe da antropologia. É questão de política sanitária e educativa. [...] A antropologia prova que o

homem no Brasil precisa ser educado e não substituído (ROQUETTE-PINTO, 1916, apud CASTRO, 1996, p. 8).

E para aqueles que acusam Roquette e seus companheiros de oferecer apenas alta cultura, de difícil digestão pelas massas, vale lembrar que a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro abrigou o “Programa Casé”, que apresentava músicos como Noel Rosa – de quem Roquette era admirador declarado –, Francisco Alves e Orlando Silva (FERRARETTO, 2008).

Mas pressionado pelo interesse de empresários em lucrar com o novo meio de comunicação, em 1932 Getúlio Vargas baixa o decreto 21.111 e autoriza a publicidade no rádio brasileiro sem nenhuma contrapartida, como uma legislação sobre o conteúdo que garantisse o uso do rádio em benefício do povo. Como veremos adiante na disputa em torno da TV digital, também naquele momento do rádio venceu quem defendia os interesses do capital, quem queria estabelecer um negócio lucrativo. Para quem defendia o meio como instrumento de cultura e luta contra a pobreza, como Roquette Pinto, só restou doar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ao Ministério da Educação em 1936 – é a atual Rádio MEC, que segue há décadas com os recursos insuficientes repassados pelo governo federal.

Mais tarde, no governo Juscelino Kubitschek, a filha de Roquette, Beatriz, teve que ir à Justiça contra o governo federal, que queria levar a rádio para Brasília para transmitir as sessões do Congresso. Ela conseguiu ganhar a causa mostrando que constava do ato da doação que a rádio não poderia fazer proselitismo político, econômico ou religioso. O jornalista e escritor Claudio Roquette-Pinto Bojunga, filho de Beatriz, relembra: “Nesta briga, muita gente apoiou minha mãe, gente que trabalhou na rádio, como Paulo Autran, Fernanda Montenegro e Carlos Drummond de Andrade; e quando Juscelino soube, disse: ‘essa é a rádio do Roquette, estão malucos?’”¹⁵⁰.

O cenário da radiodifusão brasileira foi sendo dominado pelo comercial e a Rádio MEC permaneceu ocupando apenas um pequeno nicho. Do jeito que ficaram as regras para o rádio e a TV no Brasil, as empresas tratam seu conteúdo como produto e os telespectadores como consumidores potenciais destes produtos e daqueles anunciados por seus patrocinadores. Mas mesmo que aceitássemos reduzir o papel do telespectador ao de

¹⁵⁰ Entrevista com Claudio Roquette-Pinto Bojunga em 16/04/2010.

consumidor, o modelo brasileiro não oferece para estes consumidores a contrapartida de um órgão como o “Procon”, que recebe e investiga denúncias dos consumidores, e nem mesmo de telefones gratuitos das emissoras para receber reclamações sobre a qualidade do serviço.

3.2 O exemplo britânico de regulação

Como poderiam ter sido o rádio e a televisão brasileiros caso os defensores da taxa tivessem vencido a disputa ou houvesse uma legislação específica para o conteúdo desses meios de comunicação? Podemos ter uma ideia analisando o modelo britânico de rádio e televisão, que usou tanto a taxa quanto a lei. Vale lembrar que uma legislação sobre o conteúdo a ser veiculado pode ser encarada como censura num país tão traumatizado quanto o nosso por ditaduras que cerceavam a imprensa. E foi com acusações de censura que reagiu boa parte da mídia, principalmente as Organizações Globo, ao projeto do governo Lula de criar a Ancinav (Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual), que regularia o conteúdo do audiovisual, aí incluída a televisão. Porém, quando esta regulação e fiscalização é feita com base em leis democraticamente aprovados pelos parlamentares (como seria a Ancinav), trata-se de um controle social (LEAL FILHO, 1997). A cada momento em que surge um projeto deste tipo a reação é a mesma por parte das Organizações Globo e demais grupos com os mesmos interesses.

Na Grã-Bretanha, que ninguém acusa de censura, existe um órgão chamado Ofcom (Office of Communication), que não recebe ordens do governo e presta contas ao Parlamento anualmente. O Ofcom, além fiscalizar as companhias de telefonia, regula e fiscaliza a programação de televisão e rádio comerciais, sempre com base em leis debatidas e aprovadas pelo Parlamento na década de 90: o Broadcasting Act, de 1990 (que trata de imparcialidade e de como a violência é retratada, entre outras questões), e o Human Rights Act, de 1998.

A partir desta legislação, o Ofcom tem um código com padrões editoriais que a audiência tem o direito de esperar dos serviços de televisão comercial no Reino Unido: um padrão de qualidade para o conteúdo. Para obter licença de funcionamento, as emissoras (abertas e por assinatura, incluindo programas que vêm do exterior) devem concordar com

este código. Quando surge uma nova lei ou tratado internacional assinado pela Grã-Bretanha de alguma forma relacionado ao que é veiculado na televisão, o código pode ser revisto com base na lei (de qualquer forma, fica claro que as emissoras devem ter conhecimento e seguir estas leis e tratados, como a Lei das Discriminações Sexuais e as Leis das Crianças e Jovens). As emissoras das TVs aberta e fechada são responsáveis por tudo o que veiculam, mesmo programas comprados de terceiros. O Ofcom monitora de duas maneiras se o código está sendo seguido: recebe reclamações do público e funcionários assistem aos programas. As reclamações e se foram ou não consideradas procedentes são divulgadas no site do Ofcom. Além disso, são feitas pesquisas para perceber expectativas e reações do público para ajudar no trabalho regulatório e na interpretação e aplicação do código - inclusive checando se programas afetaram o comportamento e atitudes dos espectadores.

Quando há infração, o órgão multa a emissora de forma proporcional ao dano causado, e se há atenuantes ou agravantes - como ser reincidente. As emissoras também precisam ter um serviço de atendimento ao consumidor e reportar as reclamações ao Ofcom. Como sabe que é impossível escrever regras para todas as situações que possam surgir, o órgão regulador está aberto a consultas por parte das emissoras e espera que elas operem dentro do espírito do código. Ou seja, não vale dizer que colocou no ar determinada informação porque não estava escrito em lugar algum que não podia, se a veiculação de informação deste tipo for contra a idéia geral defendida pelo código. Além disso, existem horários para que determinadas cenas sejam mostradas - e está definido, inclusive, que as emissoras devem levar em conta que as crianças dormem mais tarde em época de férias - e outras restrições. O código desce a minúcias como determinar que um hipnotizador não apareça olhando diretamente para a câmera no ato de hipnotizar; e que o que classifica como demonstrações de ocultismo (como a invocação de espíritos) em programas de não ficção só podem aparecer num contexto de investigação legítima, e nunca antes das 21h. A BBC não está sob a fiscalização do Ofcom, pois ela já é pública, controlada pelo público através de representantes e mantida pela taxa anual, a qual também tem um percentual repassado às emissoras comerciais para que não fiquem 100% dependentes de publicidade.

Claudio Roquette-Pinto Bojunga lembra que na época da Guerra das Malvinas, entre Argentina e Grã Bretanha, tentaram censurar a BBC mas ela se manteve firme na

divulgação das informações imparciais sobre a guerra. Para Bojunga, o fato de a emissora ser financiada pelo público é que faz a diferença, dando independência ao conteúdo da programação. Ele faz a mesma defesa que seu avô do financiamento pelo público e diz que o financiamento comercial é “uma janela para baixar o nível”:

A Abert (Associação Brasileira das Empresas de Rádio e Televisão) tem intelectuais orgânicos, para usar o termo de Gramsci. E uma das teses deles é que é fora da realidade do Brasil (ter programas de mais alto nível). Eles estão interessados não no cidadão, mas no consumidor. A formação da cidadania com uma sociedade vigorosa, com espírito público, não interessa.

Em meados da década de 80 eu traduzi uma série de Robert Hughes produzida pela BBC para a TVE. Foi ao ar, mas foi considerada elitista nos comentários dos corredores. Depois vim a saber que o Roberto Marinho comprou a série para ver em casa. Mas não ofereceu para o público da TV. O biscoito fino eles não oferecem para o povo, acham que é atirar pérolas aos porcos. E eu é que sou elitista¹⁵¹.

Bojunga explicou que, no ato de doação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, seu avô estava doando a rádio à Nação, e não ao governo. Mas, segundo ele, a apropriação do público pelo privado existe sempre. “Isso tem uma longa linhagem, não é uma briga nova, é antiga”, afirmou.

No Brasil, diferentemente da Grã-Bretanha, o controle legal sobre o conteúdo está espalhado entre Constituição, Código Civil, Código Penal, Estatuto da Criança e Adolescente e outras leis que não estão ao alcance da mão do telespectador. Comparando-se à regulamentação britânica, o controle disperso do Brasil dificulta a punição rápida a alguma infração das emissoras que traga dano aos telespectadores e também dificulta a prevenção. A Lei de Radiodifusão trata basicamente de quem pode ou não conseguir uma outorga e muito pouco do conteúdo (ao privilegiar, na licitação da outorga, empresas que se comprometem a apresentar determinados conteúdos), e não há órgão para fiscalizar este pouco. Ao defender a regulamentação para o rádio digital, Abdalla & Ramos fazem um rápido histórico dos problemas na regulação brasileira para rádio e TV:

No pólo desvinculado dos interesses de mercado, a estratégia de luta pela hegemonia passa pela instituição de modelos institucionais, seus agentes e normas, que nasçam de ambições socialmente abrangentes e resultem de amplos processos de discussão e elaboração por instâncias diversas da sociedade. Já para aqueles voltados aos interesses de mercado, a estratégia de luta pela hegemonia passa pela negação de modelos com as características

¹⁵¹ Entrevista com Claudio Roquette-Pinto Bojunga em 16/04/2010.

anteriores, em favor de uma fragmentação política e dispersão regulamentar que favoreçam e facilitem a regulação quase que exclusiva pelas forças de mercado.

Isso é o que explica, historicamente, entre nós, eventos e processos que eliminam conselhos e outros órgãos de deliberação e regulação coletivas, como foi o caso do Contel; do jamais instalado Conselho de Comunicações, previsto na estrutura original do Ministério das Comunicações; e do Conselho Nacional de Comunicação Social, transformado pela Constituinte de 1988 em órgão auxiliar do Congresso Nacional e que levou nada menos do que onze anos para ser instalado. Isso é também o que explica eventos e processos como a derrubada dos 42 vetos do presidente João Goulart ao Código Brasileiro de Telecomunicações, por pressão do lobby dos radiodifusores, o mesmo lobby que, depois de impedir a criação do Conselho de Comunicação Social, em 1988, provocou a implausível separação constitucional da radiodifusão do restante das comunicações, em 1995, com o objetivo último, e bem-sucedido, de retirar o rádio e a televisão abertos da alçada regulatória da nova Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Agência que somente foi criada para o segmento das telecomunicações por exigência intrínseca ao processo de privatização do Sistema Telebrás, tal qual exposto nos manuais do Banco Mundial, por inspiração dos investidores estrangeiros, a quem não interessa um ambiente regulatório sem condições mínimas de isonomia de tratamento na relação com os governos e com o empresariado local (ABDALLA & RAMOS, 2005, p. 138 e 139).

Os autores fazem também uma crítica aos defensores da democratização das comunicações que adotam eles mesmos estratégias de fragmentação política e dispersão regulamentar, o que, segundo eles, faz com que a hegemonia penda para os interesses exclusivos de mercado.

O momento da implantação da TV digital poderia trazer uma nova regulamentação que levasse a uma nova mídia que democratizasse a informação e atendesse mais aos interesses do público, definido a partir de leis aprovadas no Congresso pelos representantes democraticamente eleitos por este público; ou manter o modelo atual que prioriza o comércio. Como disse Caiafa, tratando das inovações técnicas e mudanças velozes em diversos campos no século XX e na última virada de século, “todas essas transformações são também figuras de mutações do capitalismo” (2000, p. 9). Caso fique nas mãos apenas dos defensores dos interesses comerciais, a TV digital no Brasil será apenas mais uma figura de mutação do capitalismo, sem nenhum ganho para o público além de som e imagem com melhor definição e uma interatividade que servirá apenas para que ele seja um consumidor mais ativo (ou mais frustrado, caso ouça o canto da sereia mas não tenha dinheiro).

Abdalla & Ramos são pessimistas:

Toda transição tecnológica na comunicação traz com ela a esperança de uma revolução civilizatória; na educação, na informação, na cultura. Mas toda ela, até hoje, resultou no infortúnio da comunicação largamente mercantilizada, alienadora, ainda que aqui e acolá

lampejos de suas potencialidades emancipatórias não nos deixem esquecer de que outros caminhos, funções e usos seriam possíveis para ela” (ABDALLA & RAMOS, 2005, p. 123).

Regina Mota, no artigo “Os desafios da TV digital no Brasil”, resume bem a questão: “A televisão digital inevitavelmente expõe as contradições de uma sociedade que precisa modernizar-se rapidamente no sentido tecnológico, mas que ainda não estabeleceu para si mesma parâmetros de cidadania calcados na idéia de público” (2005, p. 206).

Já em 1932 o teatrólogo alemão Bertold Brecht dizia ter ficado inicialmente assombrado com o rádio, mas em seguida demonstrava ter ficado igualmente assombrado com seu conteúdo.

Desejo vivamente que esta burguesia, além de ter inventado o rádio, invente outra coisa, um invento que torne possível estabelecer, de uma vez por todas, o que se pode transmitir pelo rádio. Gerações posteriores teriam, então, a oportunidade de ver assombradas como uma casta, ao mesmo tempo tornando possível dizer a todo o globo terrestre o que tinha que dizer e fazendo possível, também, que o globo terrestre visse que nada tinha para dizer. Um homem que tem algo para dizer e não encontra ouvintes está em má situação. Mas estão em pior situação ainda os ouvintes que não encontram quem tenha algo para lhes dizer¹⁵².

Da mesma forma, a luta por uma TV digital que atenda ao interesse público é também uma luta por conteúdo de qualidade. Brecht já pensava numa democratização do meio (às portas do controle de seu país pelo nazismo – os textos reunidos em Teoria do rádio, publicados em 1932, foram escritos a partir de 1927), indo mesmo além das propostas de Roquette-Pinto, ao afirmar que “o público não apenas tem que ser instruído mas também tem que instruir” (p. 9). Brecht ainda se declarava “a favor das inovações, contra a renovação! Mediante ingerências contínuas, incessantes, para a melhor utilização dos aparatos no interesse da comunidade, temos que estremecer a base social de tais aparatos, discutir seu emprego no interesse dos menos privilegiados” (p. 10).

Toda esta experiência e reflexão do início do rádio ainda pode ser usada para pensar a comunicação hoje. Como diz Santos (2007), “é preciso captar toda a riqueza para não

¹⁵² BRECHT, Bertold. “Teoria do rádio”. Tradução de Regina Carvalho e Valci Zuculoto. In: <http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/664.html>. Consultado em 25/1/2010.

desperdiçar a experiência, já que só sobre a base de uma experiência rica não desperdiçada podemos realmente pensar em uma sociedade mais justa”. Podemos lembrar também de Benjamin (1987) quando disse que o passado dirige um apelo para que se resgate no presente um acontecimento da história e o redima.

O rádio brasileiro, a partir da década de 30, passou a ser predominantemente comercial, se espalhou pelo país e conseguiu grande audiência. A programação era principalmente formada por entretenimento. Em 1950 nascia a TV brasileira, já comercial, pelas mãos do empresário da comunicação Assis Chateaubriand, dono de uma cadeia de jornais, os Diários Associados, e de emissoras de rádio. A TV acabou por canibalizar o rádio, contratando boa parte dos seus quadros, e fazendo com que sua audiência fosse caindo não apenas por ter que concorrer com um veículo que trazia som e imagem, mas também por perder para ele astros e programas inteiros (SODRÉ, 1984, p. 97). Em 1958, as verbas publicitárias aplicadas na TV, que tinha apenas oito anos de idade, já atingiam 8% do total, contra 22% no rádio e 44% nos jornais. E isso levando-se em conta que um ano depois, em 1959, no Rio de Janeiro apenas 7% da classe C e 28% da classe B viam televisão – apenas a classe A estava melhor representada, com 65% como telespectadores (ORTIZ, 2001). A fatia do bolo publicitário destinada à TV só fez crescer depois disso, e hoje a TV aberta fica com 52% e a TV por assinatura com 8%, contra apenas 4% do rádio, em dados do Ibope referentes ao ano de 2009¹⁵³.

Sodré (1984) diz que na década de 60 a televisão cresce em paralelo ao que ele chamou de “produção de bens duráveis de luxo” (que, por sua vez, se apoiava na concentração urbana de renda), permitindo seu financiamento pela publicidade. Este é o modelo a que a TV Globo (e demais redes abertas privadas) ainda está atrelada e que deve sofrer uma crise com o advento da televisão digital. Mas o fato de o modelo de financiamento da TV aberta sofrer uma crise não significa que não haverá solução para os interesses do capital. Como diz Dupas (2000, p. 14), “o capitalismo global apossou-se por completo dos destinos da tecnologia, liberando-a de amarras metafísicas e orientando-a

¹⁵³ In: www.ibope.com.br/asp/busca_docInfo.asp, consultado em 22/04/2010.

única e exclusivamente para a criação de valor econômico”, e sempre vem encontrando uma saída para as crises em seu benefício.

3.3 As primeiras tentativas de emissoras de TV educativas

Dentro deste contexto de emissoras privadas já funcionando a partir de 1950, com a TV Tupi, e ganhando audiência é que surge no Brasil a TV não-comercial. Os educadores Maria de Fátima Monte Lima, Nelson de Luca Pretto e Simone de Lucena Ferreira contam que

Embora a primeira televisão brasileira tenha sido uma emissora comercial, voltada para a comercialização de produtos por meio de anúncios, já existia uma solicitação de um grupo de educadores ligados à tradicional Rádio Roquette-Pinto para a concessão de um canal de TV para fins exclusivamente educativos. O objetivo era dar continuidade ao trabalho de educação à distância, já em desenvolvimento na rádio. Apesar de a concessão solicitada ter sido aprovada em 1952, por problemas de ordem político-administrativa, a primeira televisão educativa no Brasil somente foi criada em 1967, com a inauguração da TV Educativa do Rio de Janeiro (TVE/RJ) (2005, p. 242).

O decreto presidencial nº 30.832, de 10 de maio de 1952, outorgou à Prefeitura do Distrito Federal (então localizado no Rio de Janeiro) concessão para estabelecer, por meio da Rádio Emissora Roquette-Pinto, uma estação de televisão no canal 2. Os planos detalhados para a emissora foram elaborados por Roquette-Pinto (dois anos antes de sua morte), “seu discípulo Fernando Tude de Souza, o engenheiro José Oliveira Reis e o general Lauro de Medeiros”, que o entregaram à prefeitura (MILANEZ, 2007, p. 19).

A verba para a instalação da emissora foi incluída no orçamento da prefeitura, e os responsáveis pelo planejamento (citados acima) passaram a negociar com os fabricantes de equipamentos até escolher o fornecedor, uma empresa americana. A prefeitura chegou a pagar a primeira prestação dos equipamentos, que já estavam no porto de Nova York esperando o embarque para o Rio de Janeiro, enquanto os estúdios da nova emissora terminavam de ser construídos. Em poucos dias, porém, o prefeito João Carlos Vital “foi levado a se exonerar, sendo imediatamente substituído pelo cel. Dulcídio Cardoso” (MILANEZ, 2007, p. 23). O projeto parou, nesse momento, e nenhum outro prefeito o retomou, embora a Rádio Roquette-Pinto, através de várias diretorias ao longo dos anos, tenha insistido na proposta.

De acordo com Milanez, outras iniciativas de emissoras de TV educativas, ainda experimentais, começaram a surgir: a estação de TV Educativa da Universidade de Santa Maria (RS), em 1958, e algumas experiências na década de 60, como a TV Escolar, em São Paulo, a Fundação João Batista do Amaral e a Universidade de Cultura Popular no Rio de Janeiro. A primeira emissora educativa a entrar efetivamente em operação foi a TV Universitária de Pernambuco, em 1967, e em 1974 já eram nove emissoras com esse perfil.

A TVE do Rio de Janeiro, também uma emissora educativa, foi concebida durante a ditadura militar, no governo do marechal Arthur da Costa e Silva (1967-1969). Os trabalhos de uma comissão criada pelo MEC e pelo Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel), a qual contou com a participação de Alfredina de Paiva e Souza, da Fundação João Baptista do Amaral, e Gilson Amado, da Universidade de Cultura Popular, levou à promulgação da lei 5.198 de 3 de janeiro de 1967, que criava o Centro Brasileiro de Televisão Educativa, sob a forma de fundação. Gilson Amado foi seu primeiro presidente. A emissora já começava com recursos escassos (Amado só foi receber seu primeiro pró-labore em 1972), funcionando num apartamento de quarto e sala em Copacabana e tendo apenas dez funcionários. Apesar do crescimento físico e em número de funcionários da emissora ao longo dos anos, o orçamento modesto continuou a ser parte de sua história.

Em São Paulo, a criação da TV Cultura foi diferente. Ela havia sido fundada por Assis Chateaubriand, dono da TV Tupi, em 1960, sendo sua segunda emissora em São Paulo. O objetivo inicial era ser uma emissora cultural, como diz seu nome, mas em pouco tempo já se dedicava ao “que ficou conhecido como ‘mundo cão’” (LEAL FILHO, 1988, p. 19). A emissora enfrentou sérios problemas financeiros e, em 1967, foi comprada pela Fundação Padre Anchieta, do governo do Estado de São Paulo. Após um período fora do ar, a emissora voltou a funcionar em 15 de junho de 1969, com o objetivo de se dedicar inteiramente a finalidades educativas e culturais. A TV Cultura enfrentou altos e baixos políticos, mas conseguiu implantar uma programação em que há vários pontos de destaque, como uma programação infantil sistematicamente premiada pela Unesco.

3.4 A TV Brasil

É a partir desse histórico que a televisão brasileira chega ao momento de implantação da TV Brasil no fim de 2007, em plena era da digitalização deste meio de comunicação. A intenção do governo era ampliar a rede inicial com a adesão de outras TVs da esfera pública, como as educativas estaduais, as universitárias ou comunitárias. De acordo com o site da EBC, “a adesão será voluntária, mas há grande interesse entre as emissoras estaduais. Todos vão ganhar com o formato de rede, sobretudo as TVs isoladas, que precisam de apoio e recursos para se modernizarem e migrarem para o sistema digital”. Ainda segundo o site, as emissoras serão repetidoras da grade nacional da TV Brasil, reservando pelo menos quatro horas para a programação local, mas não num formato vertical, com uma cabeça de rede definindo a programação da rede. A previsão era de que um comitê de programação, com representantes de todas as emissoras associadas, definisse a programação, com produções de todas compondo a grade nacional. Havia previsão ainda de editais para seleção de programas independentes a ser veiculados pela rede. De acordo com Bolaño e Brittos (2008), a TV Aperipê, controlada pelo governo do estado de Sergipe, foi a primeira a afiliar-se à rede.

O modelo da TV Brasil também inclui o Conselho Curador, com 20 conselheiros, 15 dos quais representantes da sociedade nomeados pelo presidente da República, de variadas correntes de pensamento, regiões e formações profissionais. Outros quatro são representantes do governo – ministérios da Ciência e Tecnologia, da Cultura, da Educação e da Comunicação Social, e um representante dos empregados. Este Conselho, com mandato de três anos, deveria aprovar anualmente um plano de trabalho e fiscalizar a sua implementação, tendo poderes, inclusive, para aprovar voto de desconfiança ao diretor-presidente, a um diretor isoladamente ou a toda a diretoria. A idéia da TV pública neste atual modelo vinha sendo debatida e proposta por movimentos sociais ligados às comunicações havia muitos anos (embora nem todos tenham ficado satisfeitos com a versão implantada), e, no governo Lula, os ideais que nortearam a sua criação foram responsáveis também por propostas como a já citada Ancinav, órgão que regularia e fiscalizaria a produção audiovisual no país (abatido por pressão das emissoras comerciais) e o modelo brasileiro de TV digital proposto pelo Ministério das Comunicações na gestão Miro

Teixeira, que teve o mesmo destino da Ancinav. A TV pública seria então, junto com o projeto de lei que propõe cotas para a produção nacional na TV por assinatura, provavelmente os últimos suspiros do ideal de democratizar as comunicações através da televisão ainda naquele governo.

Antes mesmo da criação da TV Brasil, o ministro-chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Franklin Martins, tinha ido à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara dos Deputados a pedido dos deputados Jorge Bittar (PT-RJ) e Paulo Bornhausen (DEM-SC) para responder à preocupação em torno da possibilidade de manipulação política da TV pública. Martins disse que o governo estava atento ao problema e, por isso, criaria um conselho consultivo para fiscalizar as ações das diretorias das emissoras. A intenção, segundo ele, era que uma lei proibisse o contingenciamento das verbas para a TV pública e que houvesse um estatuto jurídico para que os empregados fossem regidos pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), ou seja, que não tivessem estabilidade no emprego¹⁵⁴.

Logo em seguida à publicação da medida provisória, deputados oposicionistas, liderados por Paulo Bornhausen (DEM-SC), acusaram o governo de tentar montar uma rede de propaganda oficial¹⁵⁵. Ainda como resposta a estas acusações, na estreia da TV Brasil, em 2 de dezembro de 2007 (mesmo dia da estreia da TV digital, cuja inauguração também foi transmitida pela emissora), os ministros Gilberto Gil, da Cultura, e Franklin Martins, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, “repetiram à exaustão que a emissora não é oficial, e sim um espaço com as portas abertas para a participação do público”, segundo reportagem do Globo do dia seguinte. A matéria traz também uma declaração de Franklin Martins:

— Existe o risco de manipulação política, por isso tem um conselho curador para fiscalizar se o jornalismo vai ser plural, se tem as diferentes culturas nacionais presentes. Mas o risco de manipulação política não é só na TV pública, tem também nas comerciais – explicou¹⁵⁶.

De acordo com a reportagem, a programação foi aberta com um debate, no qual alguns convidados falaram sobre o perigo de uma TV pública ser mantida com recursos do

¹⁵⁴ “TV pública: possível uso político preocupa deputados”. In: Jornal da Câmara, 28/6/2007, p. 8.

¹⁵⁵ “Oposição: TV pública será rede de propaganda”. In: O Globo, 31/10/2007, p. 11.

¹⁵⁶ BRÍGIDO, Carolina. “TV Brasil estreia com ministros prometendo independência”. In: O Globo, 3/12/2007, p. 5.

governo, e os ministros defendendo que haveria independência dos interesses do governo. O jornal destacava em intertítulo a declaração de um dos convidados, o escritor João Ubaldo Ribeiro: “Temo que essa TV seja do governo”. A reportagem informava ainda que a TV não começou digital porque os novos transmissores ficaram retidos na alfândega do Aeroporto de Guarulhos, e que apenas o telejornal era um programa novo: o restante era formado pela programação da TVE e de emissoras estaduais. Novos programas estavam previstos para entrar no ar a partir de março.

Em 26 de fevereiro de 2008, o plenário da Câmara dos Deputados decidiu que a sede da TV Brasil seria em Brasília, mas o principal centro de produção continuaria no Rio de Janeiro, contemplando as bancadas do Rio e do Distrito Federal. A decisão foi tomada na aprovação da medida provisória da TV pública, que seguiu, então, para o Senado, sob protestos da oposição em relação à criação da Contribuição para Fomento da Radiodifusão Pública (R\$ 150 milhões em 2008 para a TV Brasil), que viria de 10% da arrecadação do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações, de acordo com matéria do Globo de 27 de fevereiro. O presidente Lula viria a sancionar a lei que cria a EBC em 8 de abril de 2008.

Funcionários da antiga TVE reclamavam (sem querer se identificar) em entrevistas para esta tese em março de 2008, de que a emissora havia sido tomada de assalto por pessoas vindas do cinema e que nada entendiam de televisão. Por conta disso, havia uma demora que consideravam impressionante na definição e criação de novos programas. “O pessoal de cinema tomou conta. Só que o tempo deles é diferente. Tiraram o programa da Lúcia Leme e não botaram nada no lugar, só reprise do Canal Livre. Eles ficam pensando e pensando o que fazer e não fazem nada”, disse uma funcionária estatutária.

Em 8 de abril de 2008, o jornal O Globo, contava que o jornalista Luiz Lobo tinha sido demitido quatro dias antes da TV Brasil e saíra acusando o governo de interferência no noticiário. Lobo, editor-chefe do telejornal “Repórter Brasil”, teria dito que era obrigatório, em matérias sobre problemas na saúde, mencionar a derrubada da CPMF (imposto destinado à saúde) e que no caso do dossiê contra o governo Fernando Henrique feito pelo Palácio do Planalto a palavra dossiê tinha que ser trocada por “levantamento sobre uso dos cartões”. Por conta disso, o Conselho Curador da TV Brasil faria uma reunião eletrônica em 24 horas. A reportagem termina com a TV Brasil negando que Lobo tenha sido demitido por questões político-ideológicas:

Diz que ele recusou-se a assinar um contrato, que só aceitava um compromisso para trabalhar 30 horas semanais e que isso seria incompatível com a função de editor-chefe do principal telejornal da emissora. A assessoria da TV afirmou ainda que Lobo só aparecia para trabalhar às 16h e que, por isso, não acompanhava o processo de feitura do jornal. O jornalista contesta¹⁵⁷.

O conselho criou uma comissão corregedora para apurar o caso e, em 18 de abril, reportagem do Globo dava conta de que ela ainda estava apurando o caso. Em 17 de junho o diretor-geral da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), Orlando Senna, pediu demissão, após oito meses no cargo. Senna, um dos principais defensores da democratização da televisão dentro do governo (inclusive como secretário-geral do Ministério da Cultura), alegou razões pessoais, “considerando já ter dado sua contribuição para a implantação da TV pública”, mas o jornal O Globo disse que ele e o diretor de Relacionamento e Rede, Mário Borgneth, tinham como prioridade a compra de programas, enquanto que o grupo de jornalistas que também ocupava cargos de direção na emissora defendia a produção de programação regional¹⁵⁸. No Globo do dia seguinte, Senna já aparece afirmando que a TV Brasil é burocrática e engessa a produção de determinados programas, e que o modelo de gestão concentra poderes excessivos na presidência da emissora. Mas ele negou que houvesse ingerências políticas na TV Brasil, e disse que, se tivesse havido, já teria deixado a emissora há muito tempo.

Entrevistas com funcionários da TV Brasil no Rio entre agosto e setembro de 2008 mostram o descontentamento de quem trabalhava na empresa desde antes da mudança – tanto entre estatutários quanto entre funcionários da Acerp (Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto, constituída no governo Fernando Henrique para gerir a TVE). Uma funcionária da Acerp relatou que “o Michel Melamed, que tem um programa inovador, jovem, fez várias propostas de modificação do programa que eles tinham pedido, mas ninguém resolveu nada; no final ele desistiu e resolveu sair”.

Outra funcionária, estatutária, contou que os estatutários estavam sendo convidados a conhecer outros órgãos para ser transferidos. Segundo ela, já havia funcionários

¹⁵⁷ BARBOSA, Adauri & GRIPP, Alan. “Conselho investigará denúncia contra TV Brasil”. In: O Globo, 8/4/2008, p. 5.

¹⁵⁸ “Diretor-geral da TV Brasil pede demissão”. In: O Globo, 18/6/2008, p. 10.

transferidos para o Ministério do Planejamento, onde davam expediente de duas horas apenas para assinar o ponto e nada faziam.

Diversos programas da TVE foram cancelados e em seu lugar são colocados filmes de longa e curta metragem, nem sempre de boa qualidade. Os funcionários ficam pelos corredores sem fazer nada. Para o programa do Ancelmo Góis (novo) foi contratada uma diretora de fora. Ela trabalhou por dois anos no Canal Futura, a pedido da mãe, que é uma procuradora poderosa em Brasília, até que o Futura não aguentou mais sua incompetência. Para a edição foi contratada uma produtora de vídeo de fora. Depois de algum tempo, o editor da produtora foi contratado para fazer a edição de dentro da TV Brasil. Tudo isso para um programa de entrevistas comum. Trouxeram um músico do cinema, que trouxe com ele o filho de um cantor famoso, que está como editor de texto, e o editor de imagens é que tem que ficar dizendo para ele tudo o que tem que fazer e sai fazendo. “Isso aqui você tem que fazer assim, ó”, e faz. Isso é o tempo todo, porque ele não sabe fazer. Enquanto isso editores da TVE estão para ser deslocados. Estava sendo dito, até o início do mês, que nenhum estatutário ficaria. Agora estão calados, não se toca mais no assunto, talvez porque tenham percebido que não tem como substituir assim tão rápido pessoal técnico. Tem estatutário indo procurar lugar na Casa do Livro, na Uni-Rio, etc, jogando fora o conhecimento de fazer televisão¹⁵⁹.

Em 16 de dezembro de 2008, na TV Brasil no Rio de Janeiro, a rotina ainda se desenrolava em meio a equipamentos analógicos (com exceção das ilhas de edição). Lá, notícias sobre as perspectivas para a TV digital, se é que existiam, ainda não tinham sido compartilhadas com os funcionários. Interatividade via TV aberta digital é algo que não se comenta. Um dos programas mais interativos da emissora é o Atitude.com, destinado ao público jovem, mas não passava pela cabeça de ninguém ali uma perspectiva concreta (ou mesmo remota) de que esta comunicação com o telespectador seja feita através da própria TV.

A diretora do programa, Kitty Kiffer, explicou que, além das entradas de telespectadores no programa por telefone e da apresentadora ler e-mails, eles fizeram uma experiência via internet com o ponto de cultura de Cataguazes, em Minas Gerais, que pretendiam repetir. “Nos pontos de cultura há câmera e ilha de edição. Fizemos uma transmissão ao vivo com o pessoal de Cataguazes, que mandou a imagem pela internet e o áudio pelo telefone celular”, contou. Ela explicou que, para este tipo de experiência, o programa “não tem o compromisso de uma imagem tecnicamente maravilhosa”. Segundo

¹⁵⁹ Depoimento de funcionária estatutária da TV Brasil que não quis se identificar, em setembro de 2008.

Kitty, a intenção da TV Brasil é estimular o que chama de produção colaborativa. “Eu não tenho dinheiro para ter correspondente em Manaus, mas pode ser que tenha lá uma garota esperta, estudante, que mande para o programa o que está acontecendo lá”, resumiu. Por isso ela pretende fazer das experiências ao vivo, via internet, com os pontos de cultura, algo frequente no programa. Quanto à TV digital, Kitty conta que houve algumas reuniões de diretoria sobre o tema na TV Brasil, “mas os diretores de programas não ficaram sabendo de nada”.

Bia Barbosa, membro da coordenação executiva do Coletivo Intervenções, afirmou, em junho de 2009, que não existe no Brasil “uma TV pública consolidada como tal”:

Tem um sistema estatal, TV Câmara, TVs das Assembléias Legislativas, etc, mas são estatais. As educativas tradicionais se intitulam públicas, mas há uma série de condições que não cumprem. A grande maioria tem orçamento totalmente vinculado ao governo estadual, que interfere diretamente. Nem o financiamento nem a gestão são públicos. Nossa expectativa é que a TV Brasil seja um embrião de TV pública. Por esta defesa estão canais comunitários, Intervenções, gestores das emissoras educativas tradicionais e setores do governo. A TV Brasil ainda nem se consolidou e a gente tem a possibilidade de mudar de governo ano que vem e perder a TV Brasil. Na TV Cultura não se critica o governo José Serra. O jornalismo foi desmontado para isso. (Na época do) Maluf era a mesma coisa. Não é à toa que a TV Cultura passou a ter anúncios das Casas Bahia e outros, comerciais mesmo. Houve saída de nomes da EBC e TV Brasil. É o grupo do Ministério da Cultura versus o grupo da Secom (Franklin Martins e Tereza Cruvinel, diretora-presidente da EBC). O conselho curador da TV Brasil foi inteiro definido pelo presidente da República. Sequer as atas das reuniões do conselho são tornadas públicas. E a base da TV Brasil foi uma carta definida em seminário com diversas entidades. Já no Comitê Gestor de Internet tem eleição dos representantes¹⁶⁰.

Alguns dos autores que fazem reflexões sobre a pós-modernidade, mesmo não tratando especificamente de televisão, ajudam a entender e a formular questões pertinentes à criação da TV pública no Brasil. Para autores como Leal Filho (1997), lembramos, só é pública a emissora de TV financiada diretamente pelo público, como queria Roquette Pinto e como é a britânica BBC. Se o dinheiro vier dos cofres do governo, a emissora é estatal, o que pode trazer implicações como a interferência do governo do dia no conteúdo. No site da TV Brasil, na seção “Tire suas dúvidas”, a definição é a seguinte:

TV Pública não é o mesmo que TV governamental ou estatal, embora a confusão seja natural pelo fato de não termos, no Brasil, uma TV pública que realmente corresponda a este conceito. TV Pública é aquela que não se pauta pela lógica econômico-comercial da TV

¹⁶⁰ Palestra no JPPS da ECO/UFRJ em 1º de junho de 2009.

privada e que não é, também, subordinada ao poder político, seja ele de partidos, governos e poderes, mesmo que seu financiamento dependa muito do setor público. Quando faz isso, o Estado está devolvendo aos cidadãos uma parcela dos impostos na forma de um serviço de comunicação independente, voltado para a cidadania. Neste sentido, a TV Pública deve ser vista como uma instituição da sociedade civil, que participa do gerenciamento de seu conteúdo e de sua programação através de um organismo de representação forte e com efetivos para exercer este papel. No caso da TV Brasil, o Conselho Curador. Com algumas variações, este é o instrumento de controle social usado em todas as experiências internacionais bem sucedidas de TV Pública, em que se destacam os países da Europa Ocidental.

Esta definição de TV pública não segue a de Leal Filho no que diz respeito ao financiamento, ou seja, só é pública uma emissora financiada diretamente pelo público, através do pagamento de uma taxa. Ao mesmo tempo, não assume a TV Brasil como estatal. Ao chamá-la de pública, parece uma tentativa de dizer às emissoras privadas e também aos defensores do modelo de TV pública que o governo não vai usar esta TV para fazer sua propaganda.

Outra questão que se coloca para a TV Brasil é o atendimento à reivindicação dos movimentos sociais de uma produção diversificada e regionalizada para a TV pública. No papel, ao menos, esta questão está resolvida, com a produção das emissoras regionais e contratação pontual de produções independentes. No site da EBC está definido que “a produção independente no Brasil é muito rica, mas não encontra oportunidades de veiculação satisfatórias nas redes privadas. Ela tem uma importância econômica e também simbólica, na medida em que representa olhares e pontos de vista diferenciados sobre a realidade”.

3.5 Produção independente: democratização ou economia?

A decisão de comprar produtos independentes tem o objetivo explícito de democratizar a comunicação. O fato de as equipes das emissoras associadas fazerem programas para a grade da TV Brasil certamente seria o suficiente para trazer as especificidades de cada região em rede nacional. Por outro lado, seria o suficiente para democratizar a comunicação?

Aqui entra a crença de que uma produção vinda de uma comunidade, muito mais do que outra vinda de funcionários da TV pública/estatal da região, seria algo como a voz do povo e a abertura de espaço para novas estéticas. No grupo de trabalho “Fotografia, cinema

e vídeo” da Compós 2008 houve um debate sobre a possibilidade de se ter uma produção audiovisual não no padrão Globo, mas alguma coisa que venha “de dentro” das comunidades carentes. O que é este dentro? Angeluccia Habert (que apresentava o trabalho “Sobre observadores e participantes: relatos e interpretações”), professora do programa de mestrado da PUC-Rio, perguntou então a que as pessoas que produzem estes vídeos têm acesso além do padrão Globo. “O pessoal da favela não tem o mesmo acesso a bens culturais, abstração, etc, que o (cineasta) João Moreira Salles. Na favela se imita mais a TV”, afirmou ela.

Em Slavoj Žižek esta discussão chega a outros problemas. No artigo “Multiculturalismo ou a lógica cultural do capitalismo multinacional”, Žižek alerta para um perigo que estaria escondido no multiculturalismo, e que podemos usar para pensar sobre a forma de ver a inclusão da produção independente/comunitária.

O multiculturalismo é uma forma repudiada, invertida e auto-referencial de racismo, um ‘racismo com distanciamento’ – ‘respeita’ a identidade do Outro, concebendo o Outro como uma comunidade ‘autêntica’ e auto-contida em relação à qual ele, o multiculturalista, mantém uma distância possibilitada por sua posição universal privilegiada. O multiculturalismo é um racismo que esvazia sua própria posição de todo conteúdo positivo (o multiculturalista não é um racista direto, não opõe ao Outro os valores *particulares* da sua própria cultura), mas mantém sua posição como o *ponto vazio da universalidade*, privilegiado, a partir do qual se pode apreciar (e depreciar) apropriadamente as outras culturas particulares – o respeito do multiculturalista pela especificidade do Outro é a forma mesma como afirma sua própria superioridade. (Žižek, 2005, p. 33)

Com base nestas formulações, um dos perigos para a TV pública poderia ser de uma elite intelectual bem intencionada avaliar como distribuir cotas de produção a partir desta “posição universal privilegiada” que julga de cima. Ou, voltando à questão de Habert, imaginar, equivocadamente, que se estaria veiculando novas estéticas apenas por veicular produções independentes ou de comunidades carentes. Não se trata, é claro, de deixar de veicular este tipo de produção por causa disso, mas sim de estar alerta para este tipo de armadilha.

E para quem a TV pública vai falar? Para a sociedade brasileira já sabemos que não é, por ser uma abstração que significa muito pouco. Podemos pensar em produções destinadas a comunidades específicas ou ao indivíduo, e começar tentando entender o que seria o indivíduo. Terry Eagleton (2005) afirma que alguns dos pós-modernistas duvidam da própria realidade do indivíduo. Para Bauman, individualidade é normalmente traduzida

como autenticidade, com o verdadeiro eu estando no interior de cada um, não contaminado por coisas de fora.

Na nossa sociedade de indivíduos que buscam desesperadamente a sua individualidade, não há escassez de auxílios (...) que, pelo preço certo, é claro, se mostrarão totalmente dispostos a nos guiar pelos calabouços sombrios de nossas almas, onde os nossos autênticos ‘eus’ permanecem supostamente aprisionados, lutando para escapar em busca da luz (BAUMAN, 2007, p.28).

Bauman conclui que, muitas vezes, as receitas de individualidade são vendidas no atacado, ou seja, paradoxalmente, ser indivíduo é uma coisa coletiva. Mas ele lembra que o termo indivíduo apareceu no pensamento da sociedade ocidental no século XVII, no limiar da Era Moderna, representando indivisibilidade: se a humanidade fosse dividida em partes cada vez menores, a divisão não conseguiria ir além de uma única pessoa. O caráter de ser diferente dos outros, segundo ele, foi acrescentado depois e tomou todo o espaço.

Já Zizek lembra Hegel, que dizia que a única forma de a pessoa se separar de sua comunidade primordial (família, comunidade local) e afirmar-se como indivíduo autônomo é entrar numa identificação secundária, ou seja, uma profissão no sentido moderno (em vez da relação aprendiz-mestre artesão), comunidade acadêmica, nação, etc. Mas na sociedade pós-moderna, diz Zizek, esta identificação secundária...

é cada vez mais experimentada como um quadro externo, puramente formal, não realmente vinculante, de forma que as pessoas buscam cada vez mais apoio em formas de identificação ‘primordiais’, geralmente menores (religiosas, étnicas). [...] Contudo, o ponto crucial aqui é que esta ‘regressão’ das formas secundárias para formas ‘primordiais’ de identificação a comunidades ‘orgânicas’ já é ‘mediada’: trata-se de uma *reação* à dimensão universal do mercado mundial – por ser como tal, ocorre no terreno e contra o pano de fundo do mercado mundial. Por essa razão, trata-se nesses fenômenos não de uma ‘regressão’, mas da forma de surgimento de seu exato oposto: em uma espécie de ‘negação da negação’, essa própria *reafirmação da identificação ‘primordial’ sinaliza que a perda da unidade orgânico-substancial está totalmente consumada*”. (ZIZEK, 2005, p. 30, grifos do autor)

Trazendo esta reflexão para o nosso caso específico, tanto na parte da produção quanto da recepção do conteúdo da TV pública, aparece novamente o que disse Habert em relação à estética das comunidades. Eagleton segue na mesma linha, mas com algum otimismo:

Não pode haver nenhum retorno a idéias de coletividade que pertencem a um mundo se desfazendo diante de nossos olhos. A história humana agora é, em sua maior parte, tanto

pós-coletivista quanto pós-individualista. Se isso dá uma sensação de vácuo, também pode representar uma oportunidade. Precisamos imaginar novas formas de pertencimento (EAGLETON, 2005, p. 37-38).

Ele, então, dá como saída que não existe nenhum espaço “sapatinho de cristal”, que vai servir perfeitamente, e as novas formas de pertencimento vão ser várias, cada grupo encontrando a sua: pode ser algo das relações tribais ou comunais, ou abstrata e indireta. E diz que não há nada retrógrado a respeito de raízes. Ele lembra ainda que na pós-modernidade os ricos têm mobilidade enquanto os pobres têm localidade, “ou melhor: os pobres têm localidade até que os ricos metam as mãos nela” (2005, p.38). E traz outra questão, de que os ricos estão começando a apreciar os benefícios da localidade: “Não é difícil imaginar comunidades afluentes do futuro protegidas por torres de vigilância, holofotes e metralhadoras e, ao mesmo tempo, nos terrenos baldios em volta, os pobres revirando os lixos em busca de qualquer coisa que possa ser comida” (2005, p. 39).

Isso não é tão diferente do que já acontece nas grandes cidades brasileiras, em condomínios de bairros como a Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, por exemplo. Mas será que são apenas ricos descobrindo a localidade ou também locais que enriqueceram e querem manter o estilo comunitário do passado? Seja qual for a resposta, isso não deixa de demonstrar que tanto entre ricos quanto entre pobres existe um desejo da volta à comunidade. E que possivelmente programas com conteúdo local, comunitário, têm boa chance de construir seu público entre as pessoas que valorizam a vida em comunidade – mesmo que não consigam mais vivê-la. E dentro do que diz Eagleton em relação à formação de pequenos grupos de pertencimento, é possível pensar em programas com o objetivo de atender a grupos específicos, mas de forma alguma estes programas devem ter expectativa de alta audiência.

Quanto à preocupação em relação a uma vida sem raízes ser comum a ricos e pobres, não custa lembrar que existe ainda uma divisão fundamental entre eles. Eagleton é bastante claro ao criticar os estudos culturais, dizendo que sua ênfase nas etnias e culturas parece esquecer que ainda existem classes. Isso, segundo ele, significou uma mudança de ênfase da política para a cultura. Outro problema é que mesmo estas novas comunidades de que Eagleton fala são líquidas (fluidas, desenraizadas), porque sabemos que, a qualquer momento, podemos sair fora delas. Existem, sim, as comunidades locais formadas por pessoas que não têm dinheiro suficiente para sair delas se quiserem, mas mesmo entre os

muito pobres a possibilidade de migrar (e as consequentes tentativas de barrar imigrantes), atualmente, é bem maior que no passado. As comunidades em geral não são mais de fato “vinculantes”. O vínculo é até o momento em que temos vontade. Se não estivermos nos sentindo bem, ou se nos sentirmos presos, entediados, ou outra coisa mais interessante nos acenar, podemos partir para lá sem grandes traumas (ao menos aparentes). Aquela comunidade não nos segura se não quisermos. Isso mostra que, no tipo de vida que se torna dominante atualmente, não *somos* daquela comunidade, apenas *estamos* nela. Portanto continuamos não *pertencendo*. Estamos livres, mas não há segurança.

Gorz (2005) diz que no movimento anti-globalização se manifesta uma oposição enfática ao desmonte da coletividade, à modernização catastrófica dos países em desenvolvimento, à privatização do saber, da produção do conhecimento e do bem comum. Para Bauman, o emergir da individualidade assinalou um progressivo enfraquecimento, “a desintegração ou destruição da densa rede de vínculos sociais que amarrava com força a totalidade das atividades da vida. Assinalou também que a comunidade estava perdendo o poder – e/ou interesse – de regular normativamente a vida de seus membros” (2007, p. 31). Ele destaca que a comunidade é uma totalidade que recebeu esse nome retrospectivamente, no exato momento em que um novo arranjo, denominado sociedade, lutava para preencher a brecha normativa deixada por sua retirada. As relações interpessoais, o face a face, estaria fora das preocupações deste ente regulador chamado sociedade. Dentro da sociedade e da individualidade haveria livre escolha, mas Bauman alerta que na maior parte do tempo, ou em alguma ou em várias situações, muitos homens e mulheres consideram a prática da livre escolha fora do alcance. Individualidade, para os pobres, seria sinônimo de abandono, solidão, falta de amigos com quem contar. Existe a individualidade de direito e a de fato. A saída que o mundo pós-moderno dá para marcar a individualidade é o consumismo. E, num mercado de consumo de massa, para ter algo diferente é preciso comprar primeiro, antes que o produto fique ultrapassado ou muita gente tenha, por isso Bauman diz que “ser um indivíduo numa sociedade de indivíduos custa dinheiro, muito dinheiro” (2007, p. 37).

E como fugir do consumo na TV pública? Não se trata apenas de não colocar anúncios para não ficar dependente do mercado e da ditadura do índice de audiência (que ajuda a vender anúncios mais caros), mas também da mentalidade que o conteúdo da programação quer disseminar. Zizek fala do consumismo passivo e apolítico que

caracteriza o capitalismo contemporâneo. O site da EBC diz que a empresa é “de capital aberto, não-dependente: isso lhe garantirá acesso ao orçamento federal, porém sem bloquear as possibilidades de outras formas de captação de recursos, como apoios culturais, patrocínios institucionais, prestação de serviços etc.”. Não dependente de quê?

O orçamento, ainda segundo o site, é equivalente ao da menor rede privada de televisão (o previsto para o primeiro ano da TV Brasil era de R\$ 350 milhões, segundo reportagem do Globo de 20 de setembro de 2007). Portanto, se a emissora quiser concorrer de igual para igual com as redes de maior porte vai depender de buscar no mercado recursos privados, sob a forma de patrocínios e apoios culturais, além da venda de serviços para terceiros. E então começa sua dependência do mercado.

É a lógica do capital, do mercado, que deve ser usada para salvar a TV pública de um orçamento ridículo. Aquilo que Gorz chama de mercadorização do mundo. Neal Gabler (em *Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade*, citado por Isleide Arruda Fontenelle) mostra como esta lógica está invadindo a vida:

Pense por um momento em quantas de nossas interações diárias com outros seres humanos já são ligadas por relações estritamente comerciais. Compramos cada vez mais o tempo dos outros, sua consideração e afeto, sua simpatia e atenção. Compramos esclarecimentos e diversão, aparência pessoal e elegância, e tudo o mais – até a passagem do tempo em si é medida por um relógio. A vida está se transformando cada vez mais em commodity, e as comunicações, a comunhão e o comércio estão se tornando indistinguíveis.

É preciso também cuidado para que não seja dentro desta lógica do capital que seja pensado o uso de produções independentes (no lugar de usá-las com o objetivo de democratizar a comunicação). A leitura de André Gorz problematiza esta questão. Não estaríamos, aqui, seguindo um caminho para ter cada vez menos empregados fixos na TV pública e diversos produtores independentes? Gorz descreve este tipo de relação como colocando empresas como as citadas, na maioria dos casos, “sob a dependência de um único grande grupo, ou de um pequeníssimo número de grandes grupos que os submetem à alternância de períodos de hiperatividade e de desemprego”? (2005, p. 26) Submeteríamos nós (sociedade brasileira) a TV pública a fazer parte deste jogo do grande capital? Vejamos o que diz Gorz ao tratar da relação das empresas com os empregados na pós-modernidade:

Todas as grandes firmas sabem, no entanto, *no quadro de uma relação salarial*, que é impossível obter de seus colaboradores um envolvimento total, uma identificação sem reservas a todas as suas tarefas. Pelo fato de ser contratual, a relação salarial reconhece a diferença e até mesmo a separação das partes contratantes, e de seus interesses respectivos (GORZ, 2005, p. 22).

O autor segue explicando o processo do novo capitalismo de apagar a fronteira entre trabalho e vida, transformar o trabalhador em empreendedor (responsável por sua própria “empregabilidade”), tornar as relações flexíveis tendo menos empregados e mais colaboradores, a quem se demanda mais ou menos trabalho dependendo da necessidade do dono do negócio, sem se comprometer em sustentar aquele empregado todo o tempo, com plano de saúde, previdência, etc. Exatamente o que já fazem canais de TV por assinatura com orçamento baixo: usam produtoras independentes que concorrem entre si para fornecer programas – e elas próprias, em muitos casos, contratam seus empregados por projeto, embora sejam sempre os mesmos empregados, se eximindo dos encargos trabalhistas. A própria TV Globo tem este novo tipo de relação trabalhistas com empregados de sua atividade fim: embora muitos tenham carteira assinada, outros, entre os mais bem remunerados, são incentivados a se transformar em empresas (de uma pessoa só) e outra parte ainda é contratada temporariamente, depois passa alguns meses longe da empresa para evitar criar o vínculo empregatício e depois retorna para mais uma temporada.

E a interatividade plena prevista para a TV digital, quando vier (se vier), será em que bases na TV pública? O pathos do auditório de Aristóteles, o ouvinte empírico, ativo, que intervém e deve ser convencido, precisa da presença física, do calor humano, coisa que a interação virtual não tem. Além disso, é impossível fazer um programa sob medida para cada telespectador (indivíduo). A interatividade existiria a partir de determinados pontos do programa, mas não há aí uma relação interpessoal de fato.

Sobre esta questão, vale a pena lembrar a visão de Elias Canetti sobre a massa, citada por José Luiz Aida Prado:

Canetti marca um momento da modernidade em que esse novo sujeito-massa (“não importando que se o chame de povo ou plebe ou proletariado ou opinião pública”) ainda pode “se reunir e aparecer diante de si mesmo como multidão presente – com um tom singular, uma excitação singular”. (PRADO, 2006, p. 15)

Prado diz que desde que Canetti a estudou em *Massa e poder*, a situação da massa mudou radicalmente. Agora citando Sloterdijk, ele afirma que os conjuntos atuais deixaram de ser massas de reunião e ajuntamentos, e que hoje o caráter das massas não se expressa mais na reunião física, mas na participação de programas de meios de comunicação de massa. Prado diz ainda que “os meios de comunicação de massa atuaram, ao lado do Estado, no sentido de construir o povo e de entreter e modelizar as massas, transformando-as em públicos, reunidos diante de um programa, para não mais se reunirem ao redor de sua potência” (2006, p. 16-17).

Uma forma de utilizar a televisão para reunir o público, ou povo, ou massas, ao redor da sua potência seria transformá-lo, com a interatividade digital, num instrumento de democracia direta, ou seja, que os telespectadores pudessem votar através do seu controle remoto, por exemplo, se aprovam ou não determinado projeto de lei que estivesse tramitando no Congresso, e este resultado fosse imediatamente levado aos parlamentares pelo jornalismo da emissora, o que também seria transmitido aos telespectadores. Com o alcance da TV, desde que seja possível (politicamente, uma vez que tecnicamente não há qualquer problema) haver retorno (interatividade) em cada casa, o povo poderia se manifestar com um poder ainda não visto em outro lugar que não a praça pública.

Atualmente, um problema com esta reunião diante dos programas de TV é que a interação é apenas com o programa, e não com os outros telespectadores que estão assistindo. Existe apenas a comunidade imaginada dos telespectadores daquele programa. Com a TV digital interativa seria possível escolher o lugar virtual no estádio de futebol na transmissão de jogos, com áudio e vídeo daquele local, e trocar mensagens de texto com amigos que estão assistindo ao mesmo jogo. É um tipo de interatividade interessante capaz de ligar pessoas, mas em geral temporariamente, em comunidades não vinculantes, e de forma virtual. E seria possível ser um objetivo da TV pública ligar pessoas?

Ouso dizer que há na TV alguns exemplos desta interação face a face a partir da televisão: o futebol, a novela das oito (agora das nove) e o “Big Brother Brasil”. Estas são programações veiculadas pela TV que levam a comentários, conversas e por vezes discussões acaloradas nas casas, bares, ônibus, locais de trabalho. É uma interação corpo a corpo, presencial, sem nenhuma relação com a interatividade virtual de que tratamos antes. Cabe perguntar, então, se a TV pública pretende, com sua programação, provocar esta

interação com algo além, diria até que de preferência com algo muito além, do “Big Brother”. É desejável que, de alguma forma, a TV pública, em sua versão interativa ou antes, possa contribuir para, nas palavras de Bauman, “tornar o mundo humano um pouco mais hospitaleiro para a humanidade” (2007, p. 23). Mas isso, no mundo atual, dificilmente será feito tendo o orçamento mais reduzido entre todas as redes.

Há ainda a questão da imagem das TVs educativas junto ao público a modificar caso seja a meta ter um público maior que o residual de hoje. Wolfgang Fritz Haug, em *Crítica da estética da mercadoria*, diz o seguinte, tratando da imagem de uma empresa:

O fato de que ela absolutamente não está fundamentada nos objetos, serviços e instalações mas, pura e simplesmente, no cálculo da “recepção” pelas massas consumidoras reflete-se nas afirmações de Bongard, segundo o qual a forma de manifestação, “denominada geralmente imagem, é um fato psicológico. Conceitos afins e em parte coincidentes”, continua Bongard, “são a reputação, o preconceito, o estereótipo, a concepção de público, a imagem ou a imagem condutora” (1995, p. 42).

Hoje as TVs educativas pelo Brasil (possivelmente com a exceção da TV Cultura) têm uma imagem de algo chato, educativo no sentido de aula desinteressante; ou então de ter uma programação altamente intelectualizada que ninguém vê. Como mudar isso? Para começar, com uma produção que realmente atraia (e não mudando apenas a imagem, como na crítica de Haug), desde que não caindo no conto da audiência pela audiência, sem se importar com o conteúdo, embora isso nem seja preciso dizer. Exemplos de programas atraentes são o infantil Castelo Rá Tim Bum, da TV Cultura, e o Sem Censura, da antiga TVE do Rio, que se manteve na TV Brasil. Alguns destes programas podem até ser baratos (como o Sem Censura, um debate em estúdio com participantes de várias áreas que tenham alguma coisa interessante para contar), dependendo apenas de competência para ser bem realizados, mas um programa como “Castelo Rá Tim Bum”, com cenários e figurinos elaborados, atores e roteiristas de primeira linha, demanda um dinheiro de que o orçamento atual da TV Brasil certamente não dispõe.

Um dos papéis da TV pública no Brasil – um país que parece ter perdido a consciência de que televisão é um serviço público prestado por concessionários, e não um loteamento de espaços publicitários visando o lucro sem restrições – poderia ser o de tentar trazer um pouco de equilíbrio ao espectro de frequências televisivo. Não o de fazer

propaganda, mas, sim, de mostrar também aquilo que a mídia privatizada esconde, como alerta Prado:

A sociologia das ausências procura, nessa direção, demonstrar que o não visível, o não existente, é ativamente produzido como não existente ou não visível. É o caso dos movimentos sociais e suas formas de resistência em várias práticas comunicacionais (como os moradores de rua, os catadores de lixo, o movimento hip-hop), que são ou invisíveis ou disforizados nas mídias (PRADO, 2006, p. 30).

Se o objetivo da TV Brasil for, de fato, democratizar as comunicações sem se deixar dominar pelo mercado, este trabalho deve começar por um orçamento com fundos públicos que a coloque em condição de competir em pé de igualdade com as maiores emissoras do país. Deve ainda buscar a produção independente de forma complementar à produção própria por parte das emissoras que compõem a rede, mas sem fazer dos independentes uma forma de preencher a grade de programação a preço baixo. A emissora deve estar preparada para propor novos formatos ao público, estar aberta a outras estéticas, inclusive pensando formas de fomentá-las, sem cair na ilusão de que o independente será automaticamente o novo.

3.6 A digitalização da TV pública

Em 7 dezembro de 2008, reportagem do Globo informava que tinha sido assinado no Palácio do Planalto o protocolo para a implantação da rede de TV digital para as televisões públicas, em Parceria Público-Privada e coordenada pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Barbosa Filho e Castro (2009, p. 70-72) comentam que o compartilhamento de redes existe no Japão, em vários países europeus e na Austrália, e permite a melhora da qualidade, a redução dos custos de transmissão dos sinais eletromagnéticos e diminui a incidência de raios gama sobre a população. Eles explicam que o Japão integra, além das emissoras públicas e privadas, banda larga e satélites. Este compartilhamento de rede não deve ser confundido com o operador de rede do modelo europeu. A transmissão continua nas mãos das emissoras, elas apenas dividem a estrutura física da transmissão entre elas, reduzindo seus gastos.

Os autores informaram ainda que o governo brasileiro criou, em dezembro de 2008, o Centro Nacional de Excelência em Produção de Conteúdos Digitais Interativos e Interoperáveis, coordenado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia. O objetivo é estimular a produção de conteúdos audiovisuais digitais para TV digital e/ou mídias convergentes, especialmente para a TV pública, incluindo interatividade. Para Barbosa Filho e Castro, “a TV pública brasileira poderá tornar-se a grande alavanca para que a sociedade atinja esses objetivos, já que os radiodifusores privados ainda resistem em colaborar com a inclusão digital do país usando recursos interativos” (2009, p. 82).

Mas não vinha sendo fácil para uma emissora pública trilhar esse caminho. A TV Cultura teve que brigar com o Ministério das Comunicações para conseguir fazer multiprogramação. Reportagem do Globo de 18 de março de 2009 informa que o presidente da Fundação Padre Anchieta, Paulo Markun, apresentara na véspera ao ministro das Comunicações, Hélio Costa, um pedido para transmitir pela mesma frequência, em caráter experimental, dois outros canais: a Univesp TV e o Multicultura. A matéria, espremida num canto de página por um grande anúncio de página dupla, disse que o pedido foi feito após os canais terem sido transmitidos por uma semana sem qualquer autorização.

“A TV Cultura foi obrigada a tirá-los do ar, depois de ser notificada – a pedido de Costa – pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) no último dia 13”, dizia a reportagem. A emissora tinha cinco dias para se explicar:

_ O ministro disse que vai examinar o assunto com interesse, e a gente vai aguardar que isso se resolva, de preferência em um prazo que permita realizar esse programa da Univesp – disse Markun.

O executivo da TV Cultura informou que a emissora chegou a apresentar dois pedidos para os canais, um ainda no ano passado, em fevereiro, e outro em 11 de março. Não houve resposta para ambos. Os canais foram ao ar em 9 de março último¹⁶¹.

A matéria contava ainda que Markun explicou que o Univesp TV é para auxiliar na especialização de professores das universidades paulistas, e o primeiro curso, de neurociência, começaria em maio. O Multicultura faria experimentos de interatividade com o laboratório da USP. Costa disse que a multiprogramação para emissoras comerciais precisava ainda ser regulamentada, o que aconteceria em 90 dias. As TVs Justiça, Senado e Câmara já teriam recebido autorização por decreto.

¹⁶¹ TAVARES, Mônica. “TV Cultura quer transmitir mais dois canais”. In: O Globo, 18/3/2009, p. 20.

No 6º Fórum Internacional de TV Digital do IETV, em 28 de agosto de 2009, Ricardo Mucci, diretor de Novas Mídias da Fundação Padre Anchieta, contou que “depois de uma queda de braço com o ministro Hélio Costa, fomos autorizados a ter dois canais de TV digital. [...] O presidente Lula ajudou porque entende que a TV Cultura não é a TV do Sarney. A TV digital terá multiprogramação: TV Cultura HD, Univesp TV e Multicultura”. Mucci informou que a Univesp TV tinha sido lançada poucos dias antes, e que a TV Cultura a havia disponibilizado para três universidades do estado. O Multicultura seria um canal premium, com programação mais sofisticada, “uma seleção do que há de melhor na grade”, segundo Mucci. A TV Cultura implantou a TV digital com cobertura parcial do estado de São Paulo e a intenção de ampliar.

Ele citou diversos projetos da TV Cultura para a TV digital, como Poupatempo Digital – projeto de canal de serviços interativo em parceria com LSI-USP; parceria com o CPqD para criação de interface de interatividade para a TV digital; e experiência de canal de retorno pela rede elétrica. Sobre a interatividade, Mucci afirmou que, pela natureza do negócio, a TV comercial abre a porta do shopping center, enquanto a TV pública abre a porta da biblioteca.

Apesar dos vários projetos em TV digital, Mucci afirmou que a nova mídia era “um dilema”, e que a cobertura e o custo eram muito complicados, “por isso é que eu acho que a internet vai resolver”.

O custo é um limitador, nossos transmissores são caros para uma TV pública. Agora estamos tentando que o governo estadual ajude com os transmissores para podermos chegar principalmente nas escolas. Apenas 40% do orçamento da TV Cultura vêm do governo estadual. O restante são projetos que a Fundação apresenta, como operar a TV Justiça, e outros serviços para complementar a sua receita.

Eu pessoalmente sou um pessimista em relação ao modelo que foi pensado, de acessar a internet, democratizar, não vai ser possível. Isso vai ser pela internet. O modelo foi apressado. Acho que a TV digital tem uma estrada longa. Esse desafio passa pela interatividade. Os jovens querem acessar a programação na hora em que querem¹⁶².

O executivo falou de forma bem mais entusiasmada de interatividade fora da TV. Ele contou que a primeira transmissão ao vivo de programa na internet foi o “Vitrine”, da Cultura, com Marcelo Tas; a IPTV Cultura tinha programas na internet; o programa “Roda

¹⁶² Ricardo Mucci, diretor de Novas Mídias da Fundação Padre Anchieta, em palestra no 6º Fórum Internacional de TV Digital do IETV, em 28 de agosto de 2009.

Viva” adotou o twitter em maio de 2008, e passou a ser transmitido o vivo pela internet, com o público participando; o programa “Ao Ponto”, da Cultura e TV Futura, também passava ao vivo na web antes de ir ao ar; e havia o IPTV Escola, “uma espécie de Youtube para educadores, alunos e pais da rede estadual paulista”. Começaria em breve um programa para jovens com nome a ser eleito e com uma plataforma de jogos desenvolvida pela UFSC. Os telespectadores iriam interagir com o jogo em tempo real via internet ou celular.

Mucci contou ainda sobre o Media Center – canais próprios e colaborativos via IPTV com o acervo de 40 anos da TV Cultura. “É uma parceria com Google e Youtube, com canal próprio, como a Globo tem, e dá receita compartilhada”, informou. Apenas em relação a programas para celular o diretor da Fundação Padre Anchieta não estava tão entusiasmado. Eles tinham o “Cultura Móbile”, um “encapsulamento de conteúdo de programas da TV Ratimbum com a Claro Minha TV. As operadoras pagam, mas ainda não é o suficiente. Não está resolvido o problema do custo deste tipo de programa”, afirmou.

Regina Lima, presidente da Associação Brasileira das Emissoras Públicas e da Fundação Paraense de Radiodifusão explicou, em novembro de 2010¹⁶³, que a rede compartilhada ainda não tinha se tornado realidade, e que as emissoras públicas enfrentavam problemas graves de gestão (por ter seus presidentes indicados pelos governos) e de falta de recursos. Ela disse que o modelo estético da TV pública continuava a ser o mesmo da particular.

A TV Cultura era a emissora de TV que podemos chamar de pública mais adiantada em relação à TV digital. E, ainda assim, o diretor que cuida desta área na Fundação Padre Anchieta não acreditava muito no futuro da TV digital e preferia apostar na internet e IPTV. A paraense Regina Lima, por sua vez, contou que o governo federal implantou o projeto Navega Pará para disseminar a internet no estado “e hoje você vai pela beira do rio e tem gente acessando a internet”. O projeto de TV digital inicial imaginado pelo governo Lula, para democratizar o espectro de frequências e fazer a inclusão digital, foi solapado pelas emissoras privadas por ameaçar seu modelo de negócios; nas emissoras públicas, está

¹⁶³ Palestra no I Seminário Internacional Convergência das Mídias: regulação para a cidadania, do PEIC da ECO-UFRJ e Instituto Nupef, em 5 de novembro de 2010.

arriscado a não alçar vôos mais altos pela falta de recursos suficientes e pela concorrência implacável de mídias interativas mais ágeis e baratas.

CONCLUSÕES

A TV digital, grande promessa na virada do milênio para democratizar as comunicações no Brasil – podendo trazer uma quantidade muito maior de canais para a televisão aberta e promover a inclusão digital mais rapidamente que através do computador – acabou se tornando quase uma mídia natimorta. A sua potência, o seu potencial de democratizar, foi podado para não atrapalhar um modelo de negócios que vem servindo às emissoras de televisão comerciais desde o nascimento da TV no Brasil, em 1950.

Este modelo de negócios é o da venda de publicidade – principalmente anúncios de 15 ou 30 segundos nos intervalos comerciais – com preços baseados na audiência de cada programa. A interatividade, palavra da moda da atual era da comunicação, era enaltecida por todos, inclusive pelas emissoras. Mas, na prática, o que se viu foi que ela não interessava de fato às redes de TV comerciais. Enquanto faziam testes com modelos de interatividade, contratando consultorias de informática para criá-los em conjunto, as emissoras iam adiando a sua implantação ao máximo. O problema, que começou a ser desvendado em uma ou outra declaração de executivos de emissoras, era que, ao interagir com o programa ou anúncio, o telespectador provavelmente não veria o anúncio seguinte.

Quando ficasse claro para o mercado – anunciantes e agências de publicidade – o novo comportamento do consumidor, o modelo de negócios a partir de intervalos comerciais começaria a ruir. Já a interatividade através de outros meios – o site da emissora ou do programa, e-mail, telefone – que não atrapalhava o modelo de negócios, foi prosperando. A interatividade via televisão foi sendo deixada de lado, obscurecida pelo que as emissoras defendiam como o grande ganho para o telespectador com a chegada da TV digital: a imagem em alta definição.

Esta imagem em hd (*high definition*) também servia às empresas de comunicação como motivo aparente para não haver a divisão do espectro de frequências ou multiprogramação. Afirmando que precisavam de toda a banda de frequência de seis megahertz para a transmissão em alta definição, as emissoras se eximiam do custo de quadruplicar ou mesmo de apenas duplicar sua programação. E, mais do que isso, conseguiram evitar o pior, que seria o governo entregar a cada uma delas apenas o espaço necessário para enviar uma programação e licitar o espaço restante para outros, aumentando

o número de vozes a falar para o público telespectador – aumentando também, do ponto de vista das emissoras, a concorrência pelo bolo publicitário, uma quantidade de dinheiro de anunciantes que dificilmente aumentaria apenas porque passaram a existir mais canais de televisão.

Para as emissoras de TV, portanto, a TV digital ameaçava tanto do ponto de vista do aumento de custo – através da interatividade, que exigiria a produção de mais conteúdo disponível para o telespectador, além do uso de mais tecnologia; e da possibilidade de multiprogramação, que exigiria ou mais conteúdo ou, no mínimo, mais despesa com a transmissão em outro canal de programação já existente – quanto do ponto de vista do faturamento, uma vez que a entrada em cena de novas emissoras traria mais concorrência na captação de anúncios e *merchandising*.

O aumento no número de canais de TV aberta foi um dos pontos bastante defendidos pelo movimento social e por muitos acadêmicos para aumentar a democratização na TV. Wolton (2006) é um autor que poderia ser usado por quem quisesse criticar esta defesa – o que não é o caso desta tese. Ele é favorável à TV que chama de geralista e à grade de programação no lugar da livre escolha. “Se o público se dissipa nas mídias do segundo tipo, desaparecem muitas ocasiões de conversar, pois uns e outros não assistirão à mesma coisa” (2006, p. 16 e 17). Wolton parece tratar a questão como se um canal de televisão assistido por milhões de pessoas fosse o equivalente ao pertencimento a uma comunidade.

Não nego que uma novela ou o Big Brother Brasil gerem oportunidade para conversa, mas minha visão é bastante diferente da deste pesquisador. Milhões de pessoas assistiram ao vídeo da caloura Susan Boyle no programa “Britain’s got talent” via Youtube. Cada um na hora em que quis, sozinho ou em grupo, virando tema para conversa depois. E como era antes do rádio e da televisão? Cada um (que sabia ler) lia um livro, e determinados livros tinham um público muito maior que outros, e tudo isso gerava conversa, gerava uma experiência coletiva. E por que apenas experiências coletivas seriam motivo para conversa, para unir pessoas? Experiências individuais também podem gerar trocas enriquecedoras.

Muniz Sodré criticava esta tese de TV “geralista” já em 1977, no *Monopólio da Fala*, afirmando que o sincretismo da TV, mistura de valores e ideologias das várias classes

para que os programas possam ser consumidos por todos, gera estereótipos, simplifica a complexidade humana e, para disfarçar, cria ficções do tipo “homem médio”, “opinião pública” e “gosto popular”. A TV, segundo ele, passa a “‘filosofia do senso comum’, que jamais tem nada de ‘comum’, pois é sempre a linguagem do Poder distribuída pelas fórmulas discursivas da vida cotidiana” (1984, p.78). Em todo o livro ele mostra que a TV brasileira serve para incentivar o consumo.

Por sua vez, a interatividade plena, com canal de retorno do televisor para a emissora, do ponto de vista da inclusão digital, serviria especialmente para que os telespectadores pudessem interagir com serviços de governo e empresas, como já se fazia na internet, à qual uma parcela ainda reduzida da população tinha acesso (além de servir para votações em programas, enviar mensagens, etc). Este tipo de interação, porém, ficou relegado às emissoras chamadas públicas, que até o momento da redação desta tese não a haviam implantado.

Cruz (2008, p. 156-157) mostra que, se a interatividade for usada a partir de um ponto de vista cidadão, pode servir de ponto de partida para se atacar outros problemas de base, em áreas como saúde, educação e emprego. Segundo ele, entre outras vantagens, quem tem acesso aos meios tecnológicos pode se informar melhor, pode administrar melhor o seu tempo (usufruindo de serviços que governos e bancos oferecem na rede, por exemplo), pode se comunicar de forma mais barata e eficiente e pode se posicionar melhor no mercado de trabalho. Para o autor, ao incorporar a tecnologia em seu dia-a-dia, o incluído digital passa a exercer sua cidadania de forma mais efetiva, conhecendo melhor seus direitos e conquistando um meio poderoso de se comunicar, transformando as tecnologias da comunicação e da informação em ferramenta de mobilização social.

Neste processo da TV digital o cidadão, se fosse tratado como tal, teria como retorno por parte do governo e empresas a preocupação com a inclusão digital e com a democratização das comunicações através da multiplicidade de canais. Ao ser tratado apenas como consumidor, o que ele recebe é a necessidade de trocar de televisor para ter acesso a imagem e som de alta definição. Emissoras e fabricantes de equipamentos fazem sua publicidade em torno da nova tecnologia capaz de trazer o cinema para casa. A observação de Gorz sobre a indústria publicitária cabe bem aqui, trocando-se a indústria publicitária pelas empresas acima e o próprio governo:

A indústria publicitária não deixaria de preencher uma dupla função, econômica e política, apelando não à imaginação e aos desejos de todos, mas à imaginação e ao desejo de *cada um* como pessoa privada. Ela não promete aos compradores potenciais uma melhora de sua condição comum. Ao contrário, ela promete a cada um escapar à condição comum tornando-o um “feliz privilegiado” que pôde oferecer a si mesmo um novo bem, mais raro, melhor, distinto (GORZ, 2005, p.49).

A TV digital traz esta mesma questão, com a roupagem de uma nova tecnologia. Se cada emissora fica com o espaço no espectro de frequências onde cabem até oito canais, se a interatividade é usada apenas para vender produtos e votar no Big Brother ou no melhor final para a novela e, ainda, se não houver uma regulamentação para o conteúdo veiculado, o telespectador vai continuar sendo tratado apenas como consumidor.

Em relação à TV digital, podemos dizer que o governo Lula teve duas fases: antes e depois do chamado escândalo do mensalão. Naquele momento o governo ficou fragilizado, especialmente pelo fato de o presidente Lula estar pretendendo se reeleger, e ficou exposto à pressão e manipulação das empresas de mídia. As emissoras de TV, então, insatisfeitas com um projeto de implantação de TV digital que as expunha a todos os perigos elencados acima, puderam negociar com o governo um novo projeto, a ser liderado por um ministro das Comunicações indicado por elas.

A partir daí, ainda no que diz respeito à TV digital, existiu mais de um governo dentro do governo Lula, com Ministério das Comunicações levando o processo para um lado e o da Cultura tentando levar para outro. Uma polifonia, poderíamos dizer, às vezes uma cacofonia, mas a decisão, obviamente, só poderia beneficiar um dos lados, e a hegemonia ficou com quem defendia os interesses dos radiodifusores. O interesse público, mais uma vez, foi vencido pelo interesse econômico de alguns poucos.

O projeto de TV pública, uma espécie de válvula de escape para as intenções de democratizar a comunicação brasileira através da televisão, incentivado pelo Ministério da Cultura, enfrenta dificuldades de gestão e falta de recursos, portanto estando longe de cumprir seu papel conforme planejado. Nem mesmo o compartilhamento de rede, que reduz os custos individuais das emissoras públicas para completar o processo de digitalização, está realizado.

As produtoras de vídeo, por sua vez, que vêm produzindo uma parcela crescente do conteúdo da televisão brasileira, tiveram uma postura apolítica na questão da TV digital,

permanecendo fora das discussões. Não parecia haver como ser diferente no contexto em que estão inseridas. Não havia motivo para produzirem, testarem ou mesmo defenderem programas de TV digitais interativos se os seus clientes, as emissoras, não demandavam este tipo de programa. Seria, para elas, apenas perda de tempo e dinheiro.

O período de debate sobre a TV digital – debate este um pouco distante do público, uma vez que as emissoras de TV não tinham interesse em divulgá-lo – foi também um período de algumas tentativas de mudança na legislação. Em especial, houve a tentativa de controle social das comunicações brasileiras através do projeto da Ancinav (Agência Nacional de Cinema e do Audiovisual), frustrada por pressão das emissoras de TV, lideradas pela TV Globo; proposta de Lei Geral de Comunicação de Massa (que regularia, inclusive, internet e TV digital) elaborada pelo governo, que não foi adiante; o PL 29, ainda em tramitação no Congresso, rebatizado de PLC 116 no Senado, para unificar as leis da TV por assinatura, sofrendo pressões de todos os lados que já derrubaram algumas questões de interesse do público, como o limite ao excesso de propaganda numa TV que já é paga; e a Conferência Nacional da Comunicação, bastante adiada e que finalmente ocorreu em dezembro de 2009, com o objetivo de mostrar um caminho para uma legislação geral para as comunicações – sem resultado prático algum até o momento.

Toda esta dificuldade em aprovar uma lei que regule a comunicação como um todo parece vir de obstáculos criados pelas emissoras de televisão, que temem uma regulação de seu conteúdo. Elas classificam qualquer tentativa nesse sentido, embora vinda de lei a ser aprovada pelo Congresso, de censura, e usam esse argumento para convencer o público através de diversos meios de comunicações de suas organizações empresariais, fazendo pensar, justamente por este tipo de reação, se não fica ainda mais clara a necessidade de uma lei para regular o setor. As emissoras, em seu projeto de poder bastante bem sucedido até agora, defendem que qualquer regulação afeta a liberdade de expressão, o que seria inconstitucional. Mas, podemos nos perguntar, se até o direito constitucional de ir e vir é regulado, através, por exemplo, do Código de Trânsito, por que apenas o direito à liberdade de expressão deve ser deixado à lei do mais forte?

O jornal O Globo, no período analisado, parece se debater entre informar e defender os interesses das Organizações Globo. De uma forma geral, a segunda opção é vencedora, visto que não houve informação em quantidade e qualidade minimamente necessárias para

informar ao leitor sobre o debate que se travava em torno da TV digital. Mas o jornal fez uma cobertura sobre o tema e, para o leitor atento, que não deixava de ler notícias com pouco destaque e enxergar onde estava a defesa dos interesses corporativos, era possível acompanhar boa parte do que acontecia pelo jornal, especialmente após a decisão do modelo, quando restava pouca coisa a fazer para evitar o predomínio dos interesses das emissoras na questão.

Pelas reportagens do Globo pós-definição do modelo, o que passa para o leitor é que a única questão realmente importante no processo é o preço do conversor, um teatro em que o ministro das Comunicações, Hélio Costa, está sempre bradando a necessidade de o preço cair e nada se faz na realidade.

Para Santos (2007), os fatos ausentes do noticiário – no nosso caso, os relativos às disputas em relação à TV digital - são produzidos ativamente como inexistentes. Isso porque não interessa às emissoras de TV e aos meios de comunicação ligados a elas informar as pessoas sobre o tema, para que não haja uma mobilização em torno de alguma opção que as emissoras considerem danosa aos seus lucros. Por outro lado, não existe um controle social sobre estes meios de comunicação para garantir que a população seja informada sobre assuntos de interesse público.

A partir da pesquisa feita sobre a época da implantação do rádio no Brasil, as disputas de interesse de então e agora me pareceram bastante similares. As especificidades daquele tempo poderiam ser diferentes, mas o espírito da disputa era basicamente o mesmo. Roquette-Pinto e outros que defendiam as mesmas ideias que ele queriam o rádio como instrumento do interesse público. Para eles, o interesse público se traduzia em levar cultura ao povo para evitar que o povo fosse explorado e manipulado por pessoas com nível de conhecimento e informação maior, portanto com maiores condições de defender seus interesses no mundo, maiores condições de conseguir dinheiro e poder. De outro lado, estavam pessoas interessadas no rádio como negócio que pudesse gerar lucro, ou seja, o interesse comercial. Em ambos os casos os governos trabalhistas (de Getúlio Vargas e de Lula) acabaram decidindo em prol do interesse empresarial.

Tanto no caso do rádio quanto no caso da TV digital, a grande questão dos defensores do interesse público era a inclusão dos excluídos na sociedade: no primeiro caso, através da cultura; no segundo, através também da cultura (que poderia vir pela

multiplicidade de canais, dependendo da regulamentação, e da interatividade com conteúdos mais aprofundados), mas, especialmente, através da inclusão digital. Ao invés disso, privilegiou-se o mercado nos dois casos. O início da TV no Brasil nem entra nesta comparação TV digital-rádio porque a televisão, aqui, já nasceu comercial, nos moldes norte-americanos, e não houve este debate sobre interesse público e modo de financiamento.

Mas não é porque os interesses do mercado venceram no início do rádio brasileiro e na implantação da TV digital que a luta pelo interesse público se encerra. O movimento popular, embora relativamente fragmentado e não tão forte quanto já foi no Brasil, continua lutando por uma comunicação democrática no país através de questões como uma lei que regule toda a comunicação. Segundo Santos (2007), “é necessário encontrar quadros teóricos e políticos que continuem tentando não ser enganados, mas ao mesmo tempo sem desistir, sem entrar no que chamamos a razão cínica, a celebração do que existe porque não há nada além” (p. 58). Para a Sociologia das Emergências, é preciso ver sinais, pistas, possibilidades emergentes e que são desacreditadas porque são embriões, porque são coisas não muito visíveis (SANTOS, 2007, p.37).

Pistas da democratização das mídias existem, mas elas estão vindo por outros meios que não a TV digital. Esta tentativa, pelo menos, de democratização, parece que não encontrará saída, e o próprio movimento social parece já ter desistido dela, como se viu nas propostas da Conferência Nacional de Comunicação, que não a contemplaram. As saídas se dão principalmente pela internet, a partir da possibilidade de disseminá-la pela população brasileira.

O governo federal, enquanto aquiescia às exigências das emissoras de TV quanto à TV digital, dava a volta ao problema, aparentemente tentando resolver a questão da democratização das comunicações disseminando a internet. O Plano Nacional de Banda Larga (PNBL) e iniciativas anteriores servem a este propósito. Governos estaduais e prefeituras, como o governo do Rio de Janeiro, que vem instalando banda larga gratuita em comunidades carentes, têm somado esforços nesse sentido.

Enquanto uma nova tecnologia, a TV digital, era politicamente freada devido a um interesse local, outras, com velocidade dada por ventos globais e incentivo de governos, se disseminavam, pondo em xeque, de qualquer forma, a manutenção deste oligopólio local

das comunicações, as Organizações Globo. Mas que ninguém se iluda: em primeiro lugar, este oligopólio já vem há anos percebendo a ameaça e se instalando nestes novos meios; e, em segundo lugar e ainda mais importante, a internet, os celulares, toda esta nova tecnologia que ajuda a democratizar as comunicações, traz a reboque grandes empresas (como Google, Apple, Microsoft, telefônicas e fabricantes de equipamentos multinacionais) e seus interesses que podem nem sempre coincidir com o interesse público. As novas tecnologias significam também a criação de necessidades de compra de novidades que estão sempre surgindo, como telas com maior definição, i-touch, i-pad, televisão em 3D e Google TV, que geram lucros para as indústrias e ansiedade para os consumidores.

Portanto, a internet pode ou não tornar as comunicações mais democráticas no futuro, não é possível ter certeza agora e nem este é o objetivo desta tese. Alguns pesquisadores são otimistas, como Gorz (2005, p. 70-71). Ele acredita que a internet e os softwares livres vão revolucionar o sistema econômico, contra a mercadorização do mundo.

Caso a TV digital fosse implantada com multiprogramação e interatividade desde o início, com apoio e regulação por parte do governo federal, a tendência seria a de que ela só fosse superada pela internet num futuro mais distante. Ainda assim a tendência internacional, como vimos especificamente no caso da Grã-Bretanha, é a de que os usuários prefiram a internet.

Como está, a TV digital serve apenas para melhorar imagem e áudio, ou seja, serve apenas para que os telespectadores tenham que comprar equipamentos novos, gerando lucro para os fabricantes. Toda uma tecnologia desenvolvida para que os telespectadores possam interagir com os emissores, feita para a TV aberta que hoje é o meio de comunicação acessível a praticamente todos os brasileiros, será desperdiçada. Em vez de democratizar as comunicações, estaremos novamente atendendo apenas a quem tem mais dinheiro e, com isso, fazendo bons negócios – o interesse público fica em segundo plano, incluindo nele, além do interesse direto do público telespectador e cidadão, uma porta para o desenvolvimento da tecnologia nacional e da política industrial.

BIBLIOGRAFIA

ABDALLA Jr., Humberto & RAMOS, Murilo C. “Edgard Roquette-Pinto: o que ele tem a ver com o rádio digital”. In: BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette & TOME, Takashi (orgs). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

AGAMBEN, Giorgio. *Estado de exceção*. São Paulo: Boitempo, 2004.

— *Infância e história: ensaio sobre a destruição da experiência*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

— *Profanações*. São Paulo: Boitempo, 2005.

— *Homo sacer*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

ANDERSON, Benedict. *Nação e consciência nacional*. São Paulo: Editora Ática, 1989.

AUBENAS, Florence & BENASAYAG, Miguel. *A fabricação da informação: os jornalistas e a ideologia da comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

— *Questões de literatura e estética*. São Paulo: Editora Hucitec, 1990.

— [Volochnov] *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Editora Hucitec, 1987.

— *Problemas da poética de Dostoievski*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

— *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de Rabelais*. São Paulo-Brasília: Hucitec-Edunb, 1993.

BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette & TOME, Takashi (orgs). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

BARBOSA FILHO, André & CASTRO, Cosette. “Apontamentos para implantação da TV pública digital no Brasil”. In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

BAUER, Martin & GASKELL, George (ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida líquida*. Rio de Janeiro, Zahar, 2009.

BENJAMIN, Walter. “Sobre o conceito da história”. In: BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

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

— (Orgs.) *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

— “A economia política do mercado brasileiro de televisão”. In: BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette & TOME, Takashi (orgs). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

— “TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural”. Trabalho apresentado na 17ª Compós, na Universidade Paulista, São Paulo, SP, em 4 de junho de 2008.

— “Televisão digital, convergência e transição tecnológica no Brasil”. In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

BORGES, Gabriela & REIA-BAPTISTA, Vítor. *Discursos e práticas de qualidade na televisão*. Lisboa: Livros Horizonte, 2008.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BRAGA, Adriana. *Personas materno-eletrônicas: feminilidade e interação no blog Mothern*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BRECHT, Bertold. *Teoria do rádio*. In: <http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/664.html>. Consultado em 25/01/2010.

BRITTOS, Valério C. *Tv digital, economia política e democracia*. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2010.

BUCCI, Eugênio. *A TV aos 50*. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2000.

CABRAL FILHO, Adilson & TAVEIRA, Eula. “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.

CAIAFA, Janice. *Nosso Século XXI: notas sobre arte, técnica e poderes*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

— *Jornadas urbanas*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

— *Aventura das cidades*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

— “Povoar as cidades”. In: *Fronteiras – estudos midiáticos*, vol. III, nº 2. São Leopoldo: Universidade do Vale dos Sinos, 2002.

CASTRO, Cosette. “Conteúdos para TV digital: navegando pelos campos da produção e da recepção”. In: BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette & TOME, Takashi (orgs.). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

CASTRO, Ruy. “Roquette-Pinto: o homem multidão”. Rio de Janeiro, 1996. In: Revista comemorativa dos 60 anos da Rádio MEC. Também encontrado em: <http://www.consciencia.net/2004/arquivo/roquette-pinto.html>. Consultado em 25/01/2010.

COSTA, Cristiane. *Eu compro essa mulher: romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

CRUZ, Renato. *TV digital no Brasil: tecnologia versus política*. São Paulo: Editora Senac, 2008.

DANTAS, Marcos. “Onde os fracos não têm vez. Como evoluiu e porque evoluiu a TV digital”. In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

DELEUZE, Gilles. *Conversações, 1972-1990*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

_ & Claire Parnet. *Diálogos*. Lisboa: Relógio D’Água Editores, 2004.

_ & Felix Guattari. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia. Vol. 5*. Rio de Janeiro: Editora 34.

DERRIDA, Jacques. *Força de lei*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

DUPAS, Gilberto. *Ética e poder na sociedade da informação*. São Paulo, Editora Unesp, 2001.

EAGLETON, Terry. *Depois da teoria*. Ed. Civilização Brasileira, 2005.

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 2002.

FAIRCLOUGH, Norman. *Media discourse*. Kibdres: Edward Arnold, 1995.

_ *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press, 1992.

_ *Language and power*. Harlow: Longman, 1989.

FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

FERRAZ, Carlos. Análises e perspectivas da interatividade na TV digital. In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

FERREIRA, Argemiro. “As redes de TV e os senhores da aldeia global”. ”. In: NOVAES, Adauto (org.) *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

FONTENELLE, Isleide A. “Mídia, acesso e mercado da experiência”, In: Contracampo Edição Especial/ número duplo.

FOUCAULT, Michel. *Nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

_ “Preface”, In: DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. *Anti-Oedipus: capitalism and schizophrenia*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1986.

_ *A ordem do discurso*. São Paulo, Edições Loyola, 1996.

FREIRE FILHO, João. *Cultura, comercio e cidadania: criterios de evaluación y estrategias de control de calidad en la TV en Brasil*. In: www.pos.eco.ufrj.br/paginas/artigos/jfreire3.pdf.

– "Memórias do mundo cão: 50 anos de debates sobre o 'nível' da TV no Brasil". In: LOPES, Maria Immacolata & BUONNANO, Milly (orgs.). *Comunicação Social e ética: Colóquio Brasil-Itália*. São Paulo, Intercom, 2005.

– "The fate of literary culture in the age of the television spectacle". In: *Journal of Latin American Cultural Studies*, vol 13, nº 3, December 2004.

– "Por uma nova agenda de investigação da história da TV no Brasil". In: *Contracampo* edição especial, 2004.

– "A TV, os literatos e as massas no Brasil". In: *Contracampo*, vol. 8, nº 1, 2003.

– & HERSCHMANN, Micael (orgs.). *Comunicação, cultura e consumo: a (des)construção do espetáculo contemporâneo*. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2005.

– "Sociedade do espetáculo à sociedade da interatividade?". In: *Guy Debord antes e depois do espetáculo*. Porto Alegre: EdUPUCRS, 2007.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GOSCIOLA, Vicente. "Narrativas complexas para a TV digital: do cinema de atrações à interatividade". In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

GORZ, André. *O imaterial – conhecimento, valor e capital*. São Paulo, Annablumme, 2005.

GUATTARI, Félix. *Revolução molecular: pulsações políticas do desejo*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

– & ROONIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1986.

HABERT, Angeluccia. "Sobre observadores e participantes: relatos e interpretações". In: *Anais, 17º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. São Paulo, UNIP, 2008.

HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade*. Rio de Janeiro, DP&A, 1997.

HALÉ, M. *Attentats et télévision – paroles et images*. Paris, Bruxelas, De Boeck & Larcier, 1998.

HAUG, Wolfgang F. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo, Editora Unesp, 1995.

HERZ, Daniel. *A história secreta da Rede Globo*. Porto Alegre: Tchê Editora, 1987.

HOINEFF, Nelson. *TV em expansão*. Rio de Janeiro: Record, 1991.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

JOST, François. “ De l’influence de la télévision numérique sur les programmes et la programmation”. In : FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

LAGE, N. *Controle da opinião pública: um ensaio sobre a verdade conveniente*. Petrópolis, Vozes, 1998.

_ *Ideologia e técnica da notícia*. Petrópolis, Vozes, 1982.

LEAL FILHO, L. *A melhor TV do mundo. O modelo britânico de televisão*. São Paulo, Summus, 1997.

_ *Atrás das câmeras: relações entre cultura, Estado e televisão*. São Paulo, Summus, 1988.

_ “A TV pública”. In: HAMBURGER, Esther & BUCCI, Eugênio. *A TV aos 50*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.

LIMA, Maria de Fátima; PRETTO, Néelson & FERREIRA, Simone. “Mídias digitais e educação: tudo ao mesmo tempo agora o tempo todo...”. In: BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette & TOME, Takashi (orgs). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

LIMA JÚNIOR, Walter T. “Modelo de negócio da TV digital no Brasil pode abrir espaço para IPTV”. In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

LOPES, Vera. “A lei da selva”. In: HAMBURGER, Esther & BUCCI, Eugênio. *A TV aos 50*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora Senac, 2000.

_ “O mito da alta definição”. In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão: a vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988.

_ *O capital da notícia. Jornalismo como produção social da segunda natureza*. São Paulo, Ática, 1986.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997.

MARTINS, R. B. & HOLANDA, Giovanni de M. “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.

MAURÍCIO, Patrícia. “Controle social no telejornalismo”. In: RODRIGUES, Ernesto (Org.) *No próximo bloco...: o jornalismo brasileiro na TV e na Internet*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2005.

MÉDOLA, Ana Silvia. “Televisão digital, mídia expandida por linguagens em expansão”. In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

MILANEZ, Liana. *TVE: cenas de uma história*. Rio de Janeiro: ACERP, 2007.

MIRANDA, O. *Tio Patinhas e os mitos da comunicação*. São Paulo, Summus, 1976.

MORAIS, Fernando. *Chatô, o rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

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: Paulinas, 2005.

— “Novos formatos para a TV digital no Brasil”. In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

NOVAES, Adauto (Org.). *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

NUNES, G. *O empresário, seu discurso e a Constituição: como se faz uma Lei*. Rio de Janeiro, Tese de Doutorado, ECO/UFRJ, 1993.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 2001.

PATRIOTA, Karla. “Sob demanda, convergente e interativa. A customização da publicidade na TV digital”. In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

PEREIRA Jr., A. E. V. *Decidindo o que é notícia*. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2000.

PEREIRA, Dulcídio. “Deve ser livre a transmissão?”. In: *Radio*. Outubro-1. 1924

PIERANTI, Octavio P. & WIMMER, Miriam. “Revisando a televisão: definições, desafios e novos caminhos em tempos de digitalização”. : FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

— “Discursos de opinião em jornais cariocas: receitas de editorial”. In: FAUSTO NETO, A. & PINTO, M. J. (Orgs.) *Mídia e Cultura*. Compós/Diadorim: Rio de Janeiro, 1997.

— “Semiologia e imagem”. In: BRAGA, J. L., PORTO, S. D. & FAUSTO NETO, A. (Orgs.). *A encenação dos sentidos: mídia, cultura e política*. Rio de Janeiro, Diadorim/Compós, 1995.

PISTICELLI, A. *Post/television*. Barcelona, Paidós, 1998.

PRADO, José L. A. "Regimes cognitivos e estésicos da era comunicacional: da invisibilidade de práticas à sociologia das ausências". In: Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo, vol. 3, n.8. Nov. 2006.

- & DUNKER, C. (orgs.) *Zizek crítico. Política e psicanálise na era do multiculturalismo*. São Paulo, Hacker Editores, 2005.

RAMONET, Ignacio. *A trama da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

RIBEIRO, Ana Paula G. *A história do seu tempo – A imprensa e a produção do sentido histórico*. Rio de Janeiro, Dissertação de Mestrado, ECO/UFRJ, 1995.

RICHERI, Giuseppe. "A longa estrada da TV interativa". In: LOPES, Maria Immacolata & BUONNANO, Milly (orgs.). *Comunicação Social e ética: Colóquio Brasil-Itália*. São Paulo, Intercom, 2005.

RODRIGUES, Ernesto. *No próximo bloco... O jornalismo brasileiro na TV e na Internet*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2005.

ROQUETTE PINTO, Edgard. "O nosso aniversário". In: *Radio*. Outubro-1. 1924.

— "Cinzas de uma fogueira (pelo rádio – 1923-1926)". In: MEDITSCH, Eduardo & ZUCULOTO, Valci (orgs.). *Teorias do rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e Pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SANTOS, Adriana. "A implantação da TV digital no Brasil: pseudoinclusão, ausências de interatividade e pouca aceitação pela sociedade". In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

SANTOS, Boaventura de S. *Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social*. São Paulo, Boitempo, 2007.

— & MENESES, Maria Paula. *Epistemologias do Sul*. São Paulo: Cortez, 2010.

SCOLARI, Carlos A. "Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la televisión contemporánea". In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

SENNETT, Richard. *A Corrosão do Caráter*. Rio de Janeiro, Record, 2000.

— *O declínio do homem público*. São Paulo, Cia. das Letras, 1988.

— *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro, São Paulo, Record, 2008.

SIMÕES, Cassiano & MATTOS, Fernando. "Elementos histórico-regulatórios da televisão brasileira". In: BOLAÑO, César R & BRITTOS, Valério C. (Orgs.). *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

SHIMABUKURO, Renata. “A programação infantil na era digital: as tendências mundiais na produção de conteúdo televisivo para crianças”. In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

SODRÉ, Nelson W. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro, Mauad, 1999.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002.

— *A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1977.

— *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1984.

TUCHMAN, Gaye. *Making news*. New York: The Free Press, 1980.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação de massa*. São Paulo, Martins Fontes, 2003.

WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Editora Ática, 2006.

VERÓN, E. “Le hibou”, In: *Communications*, 28, Paris, Seuil, 1978.

— “Quand lire c’est faire”. In: *Semiotique II*, Paris, IREP, 1983.

VILCHES, Lorenzo. “Televisión digital: entre la esperanza y el exceptismo”. In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

ZIZEK, Slavoj. “Multiculturalismo ou a lógica cultural do capitalismo multinacional”. In: ZIZEK, Slavoj et. al (orgs.) *Zizek crítico: política e psicanálise na era do multiculturalismo*. São Paulo, Hacker Editores, 2005.

Reportagens e artigos na imprensa

ALMEIDA, Cássia; RIBEIRO, Fabiana & BATISTA, Henrique G. “Loteamento na Zona Oeste e favelas fazem acesso a saneamento cair no Rio”. In: O Globo, 20/9/2009, p. 26.

ALMEIDA, Eduardo. “O exemplo lá do norte”. In: O Globo, revista Digital, 22/3/2010, p. 6.

ALMEIDA, Raquel. “TV digital chegará ao Brasil em 2006”. In: O Globo, 29/7/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

ANNENBERG, Alexandre. “Projeto de lei não cria marco regulatório”. In: O Globo, 15/5/2008, p. 7.

- ANTUNES, Elizabete. "O fim dos truques nas novelas". In: O Globo, 25/11/2007.
- AUTRAN, Paula. "Eleições 2006". In: O Globo, 14/10/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- BALBIO, Marcelo. "Missionários em ação". In: O Globo, Informaticaetc, 12/5/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- BARBOSA, Aduari A. *Gugu pagará R\$ 750 mil para se livrar de processo*. In: O Globo, 31/8/2005, pág. 13.
- "Televisão digital: conversor com subsídio do governo". In: O Globo, 3/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- & GRIPP, Alan. "Conselho investigará denúncia contra TV Brasil". In: O Globo, 8/4/2008, pág. 5.
- "Conselho conclui consulta sobre denúncia contra TV Brasil". In: O Globo, 9/4/2008, pág. 9.
- "TV pública: conclusão sobre denúncia sai em maio". In: O Globo, 18/4/2008, pág. 12.
- "Liberdade de expressão é o pilar da democracia". In: O Globo, 16/7/2008, pág. 27.
- "Contra a censura, mesmo a 'bem-intencionada'". In: O Globo, 17/7/2008, pág. 26.
- BATISTA, Henrique G. & RODRIGUES, Lino. "Gushiken também participou das discussões". In: O Globo, 26/02/2010, p. 28.
- BECK, Martha. "Ministro descarta padrão brasileiro de TV digital". In: O Globo, 14/7/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- *Maquiadores enquadrados*. In: O Globo, 31/8/2005, Caderno de Economia, pg. 21.
- "Financiamento móvel". In: O Globo, 29/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- BRAGA, Isabel. "Aldo Rebelo quer elaborar projeto para regular padrão de TV digital". In: O Globo, 20/1/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- "Fundo para o audiovisual é aprovado". In: O Globo, 24/11/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- "Sede da TV pública será em Brasília". In: O Globo, 27/2/2008, p. 8.
- "Contribuição para financiar TV pública causa polêmica". In: O Globo, 29/2/2008, p. 12.
- BRAVO, Zean. "Do site para a telinha da MTV". In: O Globo, Revista da TV, 14/12/2008, p. 15.
- BRÍGIDO, Carolina. "TV Brasil estreia com ministros prometendo independência". In: O Globo, 3/12/2007, p. 5.
- CAETANO, Valdez. "Lula quer estudo sobre TV digital no país". In: O Globo, 7/1/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- CALAZANS, Ricardo. "Na era da TV móvel". In: Conexão, nº 50, 2008, p. 12-15.

De CARVALHO, Jailton. “Ex-diretor sai criticando gestão na TV Brasil”. In: O Globo, 19/6/2008, p. 13.

_ “ANJ e Abert cobram regras iguais para sites”. In: O Globo, 17/11/2009, p. 9.

_ “Fórum discute produção de informação”. In: O Globo, 14/12/2009, p. 4.

_ “Confecom aprova medidas restritivas ao jornalismo”. In: O Globo, 14/12/2009, p. 4.

CASEMIRO, Luciana. “TV digital: a indigesta sopa de letrinhas”. In: O Globo, 12/11/2008, p. 26.

CASTRO, Daniel. “Audiência da tv cai em dia antibaixaria”. In: “Folha de São Paulo”, 18/10/2004, Caderno Cotidiano.

_ “Procuradoria cria força-tarefa antibaixaria”. In: Folha de São Paulo, Folha Ilustrada, 15/12/2004.

CHARÃO, Cristina & SEGUNDO, Jacson. “STF julga improcedente ação contra decreto da TV digital”. In: Observatório do Direito à Comunicação, 5/8/2010, http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=7006. Consultado em 18/8/2010.

CRUVINEL, Teresa. Nota da coluna Panorama Político. In: O Globo, 11/11/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ Nota da coluna Panorama Político. In: O Globo, 28/11/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ Nota da coluna Panorama Político. In: O Globo, 9/1/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ Nota da coluna Panorama Político. In: O Globo, 29/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ Nota da coluna Panorama Político. In: O Globo, 24/12/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

CRUZ, Renato. “TV digital caminha, mas a passos lentos”. In: (Estado de SP, 7/6/03.

_ “Software brasileiro para TV digital está pronto, dizem pesquisadores”. In: O Estado de São Paulo, 25 de junho de 2007, consultada em <http://www.estado.com.br/editorias/2007/06/25/eco-1.93.4.20070625.9.1.xml>, em 12/12/2008.

_ “Empresas criticam projeto que abre mercado de TV paga a teles”. In: O Estado de São Paulo, 4/6/2008, B16.

DALBONI, Melina. Nota na coluna “Gente Boa”. In: O Globo, 30/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

DAMÉ, Luiza. “Lula deve anunciar até o fim do mês padrão de TV digital”. In: O Globo, 12/5/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Lula: fabricação de televisor digital é restrita à Zona Franca de Manaus”. In: O Globo, 19/12/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Rede da TV pública se chamará Empresa Brasileira de Comunicação”. In: O Globo, 28/9/2007, p. 10.

de ANDRADE, Carlos Drummond. “Imagens do rádio: meninos, eu vi”. In: Correio da Manhã, 20/4/1954.

_ “Imagens do homem: o feiticeiro”. In: Correio da Manhã, 20/10/1954.

DE LUCA, Cristina. “Caminhos da inclusão digital”. In: O Globo, 6/1/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “A internet através da rede elétrica”. In: O Globo, 3/3/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “O novo comitê gestor”. In: O Globo, 12/5/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

D’ERCOLE, Ronaldo. “Net adquire tecnologia digital para programação”. In: O Globo, 5/5/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Costa: rádio e TV digital terão isenção tributária”. In: O Globo, 16/9/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Cientistas pedem padrão nacional para TV digital”. In: O Globo, 6/12/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Furlan: investimentos são parte do acordo”. In: O Globo, 28/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Desencontro sobre TV paga”. In: O Globo, 18/11/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Conversor de TV digital mais caro”. In: O Globo, 3/10/2007, p. 26.

_ “Primeiros conversores de TV digital chegarão às lojas por até R\$ 1,1 mil”. In: O Globo, 20/11/2007, p. 24.

_ “Fabricantes: importação é ameaça vazia”. In: O Globo, 23/11/2007, p. 33.

_ RIBEIRO, Fabiana, et al. “Guerra de preços de conversor e TV não ocorrerá tão cedo, diz indústria”. In: O Globo, 25/11/2007, p. 30.

_ & RIBEIRO, Fabiana. “Caixinha embutida, a questão”. In: O Globo, 27/11/2007, p. 22.

_ & de FRANÇA, Mirelle. “Varejo ganha linha do BNDES, mas não terá R\$ 1 bi extra prometido por Lula”. In: O Globo, 4/12/2007, p. 30.

_ “Poucos aderiram à nova tecnologia em São Paulo”. In: O Globo, 15/6/2008, p. 39.

DUARTE, Patrícia. “Decisão sobre TV digital sai em breve, diz Furlan”. In: O Globo, 23/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Copa do mundo ‘contamina’ solenidade no Planalto”. In: O Globo, 30/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Governo prepara três pacotes para impulsionar crescimento econômico”. In: O Globo, 17/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital: transmissão começa no fim de 2007”. In: O Globo, 11/10/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ & TAVARES, Mônica. “TV digital: transmissão começa no fim de 2007”. In: O Globo, 11/10/2006, p. 33.

ELGAN, Mike. “TiVo, HDTV e internet são responsáveis pela queda de audiência da TV”. In: IDGNow. <http://idgnow.uol.com.br/telecom/2007/05/14/idgnoticia.2007-05-14.9958961758/>, 14 de maio de 2007. Consultado em 10/5/2010.

FABRINI, Fábio. “Cemig quer oferecer internet”. In: O Globo, 4/9/2009, p. 26.

FERNANDES, Lilian. “Televisão também serve para ouvir música e jogar”. In: O Globo, Revista da TV, 14/11/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “Programa bom é o que tem apelo”. In: O Globo, Revista da TV, 14/11/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “Debate sobre as teles e a TV digital”. In: O Globo, Revista da TV, 5/6/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “Novos rumos”. In: O Globo, Revista da TV, 6/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “Emissoras lançarão pouco conteúdo em HD”. In: O Globo, 25/11/2007.

— “Interatividade levará a mudanças de comportamento dos telespectadores”. In: O Globo, 3/12/2007, p. 18.

FIGUEIREDO, Janaína. “TV digital: Brasil quer criação de ‘padrão Mercosul’”. In: O Globo, 16/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “Argentina discute padrão para usar na TV digital”. In: O Globo, 21/11/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

FRANÇA, Mirelle de. “Encontro vai debater televisão digital no Brasil”. In: O Globo, 15/6/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “Governo diz ser possível Brasil desenvolver tecnologia de TV digital”. In: O Globo, 18/6/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “BNDES só liberou um terço do previsto para o ano”. In: O Globo, 14/7/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “Rio pode ganhar com chegada da TV digital”. In: O Globo, 19/7/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

GALHARDO, Ricardo. “PT defende controle público e sanções à imprensa”. In: O Globo, 19/11/2009, p. 15.

GOIS, Chico. “Eclético, Conselho de TV terá rapper e economista”. In: O Globo, 27/11/2010, p. 5.

GUIMARÃES, Ana Cláudia. Nota na coluna de Ancelmo Góis. In: O Globo, 22/4/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “Curto circuito”. In: O Globo, 2/11/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

GUROVITZ, Helio. “O Futuro da TV”. In: Exame, 7/8/2002.

JUNGBLUT, Cristiane. “Secretaria de Gushiken acumula superpoderes”. In: O Globo, 11/5/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

– “Governo desiste de controlar setor audiovisual”. In: O Globo, 15/1/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

– “Palocci diz que decisão sobre TV digital é exclusiva de Lula”. In: O Globo, 9/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

– “Impasse no Mercosul atrasa acordo comercial global, diz União Européia”. In: O Globo, 30/5/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

– “Lula diz que modelo japonês é ‘muito chique’”. In: O Globo, 17/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

– “Governo assina dia 29 padrão japonês de TV digital com inovações brasileiras”. In: O Globo, 27/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

KOGUT, Patrícia. “Televisores têm a preferência”. In: O Globo, 9/12/2009, Segundo Caderno, p. 8.

– “TV digital dispara e operadoras sonham”. In: O Globo, 19/3/2010, Segundo Caderno, p. 6.

– “TV paga cresce entre a classe C”. In: O Globo, 27/3/2010, Segundo Caderno, p. 8.

LAUTERJUNG, Fernando. “TV participativa”. In: Tela Viva, março de 2010, p. 14-18 (ano 19 nº 202).

LEÃO, Tom. “Alguns comentários sobre o ano que passou na TV paga”. In: O Globo, Revista da TV, 26/12/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

– “TV digital é novidade, transmissões, não”. In: O Globo, Revista da TV, 17/9/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

– “Para ver TV com estilo”. In: O Globo, Digital, 20/7/2009, p. 6-7.

LEITÃO, Gustavo. “Na trilha da comunicação virtual”. In: O Globo, 14/12/2008, Revista da TV, p. 12-13.

– “Todo poder aos internautas”. In: O Globo, 14/12/2008, Revista da TV, p. 14-15.

LINS, LETÍCIA. “Lula volta a anunciar concessão de títulos de posse, promessa de 2003”. In: O Globo, 11/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

LIONÇO, Isadora. “Deputado defende questões sociais na implantação da TV digital”. In: Revista Gestão C&T, março de 2008, p. 8.

MACHADO, André. “TV digital: técnicos debatem padrão brasileiro”. In: O Globo, 12/1/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

– “Gasto em pesquisa pode ser de US\$ 500 milhões”. In: O Globo, 30/7/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

– “Os padrões de TV digital em franco debate”. In: O Globo, 30/7/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

– “Net digital insere padrão DVB no cabo”. In: O Globo, 15/11/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

- _ “UFRJ fará testes com superpadrão de compressão para sistema de TV digital”. In: O Globo, Informáticaetc, 21/3/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Um novo mundo de possibilidades”. In: O Globo, 25/11/2007, p. 30.
- MATTOS, Laura. “Assessor de Eunício é ligado a rádios”. In: Folha de S. Paulo, 7/1/2004. Consultado em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp130120041.htm>.
- MERMELSTEIN, André. “O Ginga chegou, e agora?”. In: Tela Viva, março de 2010, p. 3.
- MIRANDA, André. “A internet não veio para salvar o mundo”. In: O Globo, 25/7/2009, 2º Caderno, p. 8.
- MONTEIRO, Elis. “Governo garante: Brasil terá TV digital até 2006”. In: O Globo, Suplemento Especial TV Digital, 30/7/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Migração do sistema será de forma gradual”. In: O Globo, Suplemento Especial TV Digital, 30/7/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “A TV do futuro: alta definição e interatividade”. In: O Globo, Suplemento Especial TV Digital, 30/7/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Banda larga com velocidade de 30 megabits: é um sonho?”. In: O Globo, 6/12/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “A próxima atração: sua nova TV”. In: O Globo, 5/2/2007, caderno Infoetc, p 1.
- _ “TV digital: novo round”. In: O Globo, 30/7/2007, caderno Info etc, p 3.
- _ “TV digital chega ao celular”. In: O Globo, 10/3/2008, caderno Info etc, p 3.
- MONTEIRO, Karla. “A quarta tela”. In: Revista O Globo, 13/5/2007, p. 16.
- MOREIRA, Paulo R. “Na estréia, emissoras já transmitirão alguns programas em alta definição”. In: O Globo, 2/12/2007, p. 36.
- _ “Sou o único que está vivo”. In: O Globo, 2/12/2007, p. 38.
- MOTTA, Aydano André. “Terra treme I”. In: O Globo, 15/6/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- MOUSSE, Simone. “Programas ajustam cenários para a TV digital”. In: O Globo, 15/6/2008, p. 39.
- _ “Universo de detalhes”. In: O Globo, Revista da TV, 13/7/2008, p. 12-14.
- MUNIZ, Diógenes. “TV digital mudará maneira de medir ibope; telejornais podem perder pontos”. In: Folha on line, 13/8/2007. <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/ult90u3119568.shtml>. Acessada em 14/8/2007.
- NOVAES, Luiz Antônio. “Chapa-branca-e-vermelha”. In: O Globo, 5/4/2008, Segundo Caderno, p. 3.

NOVO, Aguinaldo. “TV paga aumentou base de clientes e faturamento no primeiro semestre”. In: O Globo, 5/8/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Transmissões comerciais da TV digital começarão no dia 7 de setembro”. In: O Globo, 10/12/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Furlan ataca plano da Fazenda”. In: O Globo, 21/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “UE quer negociação sobre TV digital”. In: O Globo, 20/4/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Lula ouvirá empresas sobre TV digital”. In: O Globo, 25/4/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Usuário poderá manter o mesmo telefone”. In: O Globo, 31/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Com 5 milhões no Brasil, Twitter atrai empresas”. In: O Globo, 9/8/2009, p. 32.

_ RIBEIRO, Fabiana e FRANÇA, Mirelle. “Nova era da TV é um convite ao consumo”. In: O Globo, 25/11/2007.

_ & D’ERCOLE, Ronaldo. “Preço alto e poucos conversores à venda reduzirão audiência no início”. In: O Globo, 2/12/2007, p. 37.

NUCCI, João Paulo. “A virada da Net”. In: Meio e Mensagem, 9/10/2006.

OLIVEIRA, Eliane. “Padrão digital brasileiro ganha força”. In: O Globo, 10/1/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “a Coréia quer fechar acordo com o Mercosul”. In: O Globo, 15/11/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Ministro quer menos tributos sobre importação de equipamentos”. In: O Globo, 16/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Presidente: Brasil não tem pressa para escolher padrão de TV digital”. In: O Globo, 21/4/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital causa embaraço em encontro Brasil-UE”. In: O Globo, 1/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Governo prepara novas reduções de impostos”. In: O Globo, 10/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Incentivo fiscal desautoriza secretário da Fazenda”. In: O Globo, 15/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Lula: pacote da construção civil sai em 15 dias”. In: O Globo, 16/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Governo quer repasse de tecnologia ao dar isenção à indústria de chips”. In: O Globo, 19/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital: pacote para agradar a todos”. In: O Globo, 22/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Incentivo à TV digital só sai depois das eleições”. In: O Globo, 7/9/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Conversores para TV digital serão produzidos na Zona Franca de Manaus”. In: O Globo, 15/9/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Decreto regulamenta lei de informática”. In: O Globo, 27/9/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Lula anuncia pólos de TV digital fora de Manaus”. In: O Globo, 19/10/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Desoneração maior para computador”. In: O Globo, 14/12/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ TAVARES, Mônica & DAMÉ, Luiza. “TV digital: pacote para agradar a todos”. In: O Globo, 22/08/2006, p. 20.

_ & BATISTA, Henrique G. “Nos bits do rádio: transmissões no padrão digital começam este ano no país e prometem revolução no setor”. In: O Globo, 30/7/2007, p. 21.

_ “Sistema digital deverá movimentar mais de R\$ 100 bilhões em dez anos”. In: O Globo, 30/7/2007, p. 22.

OLIVEIRA, Flávia. “Retratos do Brasil/Exclusão digital”. In: O Globo, Caderno especial Retratos do Brasil, 11/4/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Bate boca é comum no primeiro escalão”. In: O Globo, 30/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Gilberto Gil e Hélio Costa no cordel da discórdia”. In: O Globo, 30/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Política pública na TV Digital”. In: O Globo, 4/4/2008, p. 26.

ORDOÑEZ, Ramona. Telefonia não terá reajuste pelo IGP-DI. In: O Globo, 18/3/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

OSWALD, Vivian. “TV paga: serviço será aberto a telefônicas”. In: O Globo, 10/12/2009, p. 37.

PARAJARA, Fabiana. “Net investe R\$ 100 milhões”. In: O Globo, 11/8/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

PAUL, Gustavo e TAVARES, Mônica. “Operação abafa no governo”. In: O Globo, 24/02/2010, p. 17.

PORTO, Bruno. “Audiovisual contraria expectativa pessimista”. In: O Globo, 26/7/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

POSSEBON, Samuel. “Conectada e em qualquer lugar”. In: Anuário de mídias digitais Pay-TV 2010.

_ “PL 29 recebe 22 emendas na Comissão de Justiça da Câmara”. In: http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=6140. Consultado em 5/4/2010.

RIBEIRO, Fabiana. “De volta ao centro da sala”. In: O Globo, 2/12/2007, p. 36.

_ “Uso da internet cresce, mas maioria dos brasileiros não tem acesso à rede”. In: O Globo, 12/12/2009, p. 29.

RODRIGUES, Flávia. “Programação digital”. In: O Globo, Caderno Boa Chance, 20/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

RODRIGUES, Lino. “Anatel se reestrutura diante de nova realidade”. In: O Globo, 3/10/2007, p. 26.

— & D’ERCOLE, Ronaldo. “Preço alto de conversor inibe adesão à TV digital. Indústria culpa governo”. In: O Globo, 17/2/2008, p. 35.

— “Conversor por menos de R\$ 300 chegará às lojas”. In: O Globo, 16/7/2008, p. 25.

— “TV paga divide setor de telecomunicações”. In: O Globo, 12/8/2008, p. 22.

RODRIGUES, Luciana. “Lamy pede esforço maior de Brasil, EUA e UE”. In: O Globo, 1/4/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “Flexibilidade é tendência”. In: O Globo, 13/2/2008, p. 25.

RÓNAI, Cora. “Apostas do ano: Consumer Electronics Show (CES) aponta as tendências do mercado”. In: O Globo, 15/1/2007, caderno Infoetc, p 1-3.

ROSA, Bruno, et. al. “TV digital chega ao Rio em 90 dias, com conversor a R\$ 230, diz Costa”. In: O Globo, 30/1/2008, p. 22.

— & TAVARES, Mônica. “Ao pedir mudança na lei, teles miram conteúdo”. In: O Globo, 13/2/2008, p. 25.

— “Tecnologia a partir de R\$ 499”. In: O Globo, 11/3/2008, p. 19.

— & ANTUNES, Elizabete. “Rede TV! inicia transmissão de TV Digital no Rio”. In: O Globo, 9/4/2008, p. 21.

— “Net inicia transmissão em alta definição no Rio, com novo canal”. In: O Globo, 7/5/2008, p. 28.

— “Órgãos criticam proposta para TV paga”. In: O Globo, 6/6/2008, p. 30.

— & ORDÓÑEZ. “Com novela, Globo estréia na TV digital no Rio”. In: O Globo, 17/6/2008, p. 27.

— “Carioca comanda televisão na telinha do celular”. In: O Globo, 26/7/2009, p. 27.

— “Após site de compras, Oi cria locadora”. In: O Globo, 18/12/2009, p. 43.

SANCHES, Sydney. “Ameaça ao conteúdo nacional na TV digital”. In: O Globo, 25/8/2007, p. 7.

SCHNOOR, Tatiana. “Google lança Google TV e atualiza Android para celulares”. In: Valor Online, 20/05/2010. Consultado em

<http://oglobo.globo.com/economia/mat/2010/05/20/google-lanca-google-tv-atualiza-android-para-celulares-916640698.asp>, em 28/5/2010.

SCHREIBER, Mariana. “O futuro da sua TV está em 3D”. In: O Globo, Digital, 26/10/2009, p. 12-15.

SCOFIELD JR., Gilberto. “China começa a corrida para a TV digital”. In: O Globo, 25/1/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “Brasil a um passo do padrão japonês”. In: O Globo, 13/4/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

— “Amorim: país adotará padrão de TV digital japonês”. In: O Globo, 14/4/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “China terá padrão próprio para TV digital”. In: O Globo, 1/9/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital nos EUA excluirá três milhões de domicílios”. In: O Globo, 12/6/2009, p. 20.

SEGUNDO, Jacson. “STF marca para 5ª julgamento sobre decreto da TV digital. In: Observatório do Direito à Comunicação, 24/5/2010. http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=6668. Consultado em 26/5/2010.

_ “Imprecisões marcam julgamento do STF sobre TV digital”. In: Observatório do Direito à Comunicação, 11/8/2010. http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=7017. Consultado em 18/8/2010.

SENNA, Orlando. “Quem tem medo da Ancinav?”. In: <http://www.cultura.gov.br/site/2005/01/04/quem-tem-medo-da-ancinav-por-orlando-senna/>, 4/1/2005.

_ “Novo cenário”. In: O Globo, 20/01/2005.

SOUZA, Ana Paula & LIRIO, Sérgio. “Relação nada casual”. In: Carta Capital, 12/7/2006.

TAVARES, Mônica. “Miro: país pode criar tecnologia de TV digital”. In: O Globo, 4/1/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Contratos de telefonia deverão ser revistos”. In: O Globo, 30/1/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Negociação com China sobre padrão para TV digital começa hoje”. In: O Globo, 6/3/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Anatel: país terá 1.893 canais de TV digital”. In: O Globo, 1/5/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Miro: TV digital aumentará inclusão”. In: O Globo, 3/10/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Governo avalia decreto da TV digital”. In: O Globo, 18/10/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “EU pode reforçar TV digital brasileira”. In: O Globo, 1/11/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Comitê terá um ano para escolher o modelo a ser usado na TV digital”. In: O Globo, 28/11/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Brasil não vai criar padrão digital, diz secretário”. In: O Globo, 11/08/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Modelo de gestão de TV digital sai até fevereiro”. In: O Globo, 20/8/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Abert quer restrição a capital externo”. In: O Globo, 2/12/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Definição de padrão para TV digital sai até fevereiro”. In: O Globo, 19/5/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital deve estimular setor de semicondutores”. In: O Globo, 9/6/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Rádio digital inicia suas transmissões amanhã”. In: O Globo, 25/9/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Copa de 2006 já terá transmissão em TV digital”. In: O Globo, 28/9/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Assinatura do telefone social será de R\$ 13,90”. In: O Globo, 8/11/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital: país poderá adotar padrão japonês”. In: O Globo, 10/11/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital: modelo americano ainda no páreo”. In: O Globo, 19/1/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital: após propostas, ministro descarta EUA”. In: O Globo, 1/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Conversor digital pode custar R\$ 50”. In: O Globo, 2/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Japão quer financiar infra-estrutura de TV digital”. In: O Globo, 3/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Governo adia para até 10 de março a escolha do padrão de TV digital”. In: O Globo, 8/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Deputado quer esticar o prazo para definição do padrão de TV digital”. In: O Globo, 9/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Teles fixas poderão produzir conteúdo”. In: O Globo, 9/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Governo quer decisão rápida sobre TV digital”. In: O Globo, 11/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Gil considera prazo para TV digital suficiente”. In: O Globo, 15/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Emissoras pedem TV digital com todos os recursos”. In: O Globo, 16/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital: relatório sugere transição em 6 anos”. In: O Globo, 17/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Governo negocia fábrica de chips com japoneses”. In: O Globo, 25/2/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital: Japão quer esperar decisão”. In: O Globo, 4/3/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Escolha de padrão de TV digital deve ser feita na semana que vem”. In: O Globo, 8/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Governo adia escolha de padrão de TV digital”. In: O Globo, 11/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital: Japão promete estudo sobre fábrica”. In: O Globo, 15/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “TV digital: europeus prometem ‘ampla oferta’”. In: O Globo, 16/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Europeus decidem em Bruxelas sobre TV digital”. In: O Globo, 17/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Americanos na disputa por padrão de TV digital”. In: O Globo, 18/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

- _ “Ministros discutirão TV digital no Japão”. In: O Globo, 24/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “TV digital: europeus entregam oferta”. In: O Globo, 25/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Fábrica fará ‘chips’ para TVs, fogões e dvds”. In: O Globo, 28/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “TV digital: transmissão vai demorar”. In: O Globo, 4/4/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Costa admite que atraso na definição do padrão retarda início da TV digital”. In: O Globo, 5/4/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “TV digital: Costa pede rapidez na escolha do padrão”. In: O Globo, 17/5/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “TV digital: comitê entrega proposta semana que vem”. In: O Globo, 25/5/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Dirigente da UE tratará de TV digital com Lula”. In: O Globo, 27/5/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Japão virá para anúncio de TV digital”. In: O Globo, 31/5/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Gil: TV digital para 2007”. In: O Globo, 6/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Fórum euro-latino debate a TV digital”. In: O Globo, 7/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Padrão de TV digital será anunciado dia 29, com presença de japoneses”. In: O Globo, 8/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Governo quer TV digital com padrão japonês além de tecnologia nacional”. In: O Globo, 20/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Brasil pode ajudar em padrão digital japonês”. In: O Globo, 21/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Emissoras propõem prazo de dez anos para implantação da TV digital”. In: O Globo, 22/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Brasil deve adotar padrão japonês de TV digital”. In: O Globo, 24/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “TV digital terá novos canais públicos e privados”. In: O Globo, 28/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “TV digital começará por capitais e Brasília”. In: O Globo, 29/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Rio terá TV digital de 6 a 12 meses depois da implantação em São Paulo”. In: O Globo, 10/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “TV digital: conversor é alvo de disputa”. In: O Globo, 16/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Costa reafirma disposição de intervir na Anatel”. In: O Globo, 23/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “TV digital: governo quer distribuir canais este ano”. In: O Globo, 14/9/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Emissoras pedem pressa no padrão de rádio digital”. In: O Globo, 21/9/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.
- _ “Lula anuncia pólos de TV digital fora de Manaus”. In: O Globo, 19/10/2006, p. 29.

- _ “Telefônica quer ingressar na TV por assinatura”. In: O Globo, 8/2/2007, p.27.
- _ “Proposta da TV Pública deve sair semana que vem”. In: O Globo, 20/9/2007, p.13.
- _ “Bittar propõe TV paga sem limite a estrangeiro”. In: O Globo, 28/9/2007, p.33.
- _ “Incentivos para a TV digital”. In: O Globo, 23/11/2007, p.33.
- _ de FRANÇA, Mirelle & RIBEIRO, Fabiana. “É dada a largada para a TV digital”. In: O Globo, 25/11/ 2007, p. 29.
- _ “Vai movimentar toda a economia”. In: O Globo, 25/11/ 2007.
- _ & D’ERCOLE, Ronaldo. “Adiada reunião com indústria sobre preço de conversor para TV digital”. In: O Globo, 27/11/ 2007, p. 22.
- _ “Rede nacional para a nova TV”. In: O Globo, 2/12/ 2007, p. 35.
- _ & D’ERCOLE, Ronaldo. “TV digital: R\$ 1 bi para conversor”. In: O Globo, 3/12/ 2007, p. 17.
- _ “Governo quer lançar programa para popularizar conversor digital”. In: O Globo, 10/3/ 2008, p. 19.
- _ “Rio já terá TV digital em abril”. In: O Globo, 11/3/ 2008, p. 19.
- _ “Projeto de lei prevê TV a cabo liberada totalmente a estrangeiros e teles”. In: O Globo, 18/3/2008, p. 24.
- _ “Projeto de lei sobre TV paga fixará cotas de programação nacional”. In: O Globo, 20/3/2008, p. 29.
- _ “TV paga precisará de conteúdo nacional novo”. In: O Globo, 8/4/2008, p. 24.
- _ de GOIS, Chico & DAMÉ, Luiza. “Escolas públicas terão internet grátis até 2025”. In: O Globo, 9/4/2008, p. 21.
- _ “Regras para TV paga mudam hoje”. In: O Globo, 2/6/2008, p. 20.
- _ & ROSA, Bruno. “TV Globo inicia transmissão digital no Rio”. In: O Globo, 15/6/2008, p. 38.
- _ “Rapidez de implantação atrasou queda de preço”. In: O Globo, 15/6/2008, p. 38.
- _ “Presidente da Abert é reeleito”. In: O Globo, 27/8/2008, p. 29.
- _ “Lei sobre TV paga pode ficar para o ano que vem”. In: O Globo, 29/8/2008.
- _ “Padrão de TV digital do Brasil avança na América do Sul”. In: O Globo, 29/11/2008, p. 42.
- _ “Ministro cobra apoio para TV digital”. In: O Globo, 7/12/2008, p. 35.
- _ “A partir de 2013 fabricantes de TV só poderão produzir aparelhos digitais”. In: O Globo, 11/1/2009, p. 27.
- _ “TV Cultura quer transmitir mais dois canais”. In: O Globo, 18/3/2009, p. 20.
- _ “TV digital começa a transmissão em Brasília”. In: O Globo, 23/4/2009, p. 22.
- _ “Radiodifusores discutem mudanças para o setor”. In: O Globo, 9/5/2009, p. 32.
- _ “Rádio digital: transmissões sem interferências e informações no visor”. In: O Globo, 5/7/2009, p. 45.
- _ & ROSA, Bruno. “Convergência digital desafia telecomunicações”. In: O Globo, 5/7/2009, p. 45.
- _ “Comissão autoriza teles a oferecerem TV paga”. In: O Globo, 20/8/2009, p. 25.
- _ “Regras da internet pela tomada são aprovadas”. In: O Globo, 26/8/2009, p. 22.
- _ “Oi se prepara para oferecer TV por assinatura com tecnologia de internet”. In: O Globo, 10/9/2009, p. 33.
- _ “TV por assinatura com mais anúncio”. In: O Globo, 17/11/2009, p. 22.
- _ “Plano nacional prevê R\$ 75 bilhões para levar internet veloz a 90 milhões”. In: O Globo, 25/11/2009, p. 24.

- _ “Cinco capitais não terão Copa digital”. In: O Globo, 13/3/2010, p. 34.
- _ “Telebrás vai gerir Plano de Banda Larga e poderá levar internet a usuário”. In: O Globo, 5/5/2010, p. 25.
- _ DUARTE & ROSA. “Governo lança plano de banda larga: R\$ 13 bi”. In: O Globo, 6/5/2010, p. 30.
- _ “Comissão da Câmara aprova projeto que unifica sistemas de TV por assinatura”. In: O Globo, 12/5/2010, p. 27.

WEBER, Demétrio. “Lula: liberdade de imprensa é essencial”. In: O Globo, 15/12/2009, p. 10.

WEBER, Luiz Alberto. “Globo, questão de Estado”. In: Carta Capital, 1º/10/2003 (pgs. 10-15).

VASCONCELOS, Nelson. “ ‘Podemos ser padrão latino-americano’ ”. In: O Globo, 12/1/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ Nota na coluna “Conexão Global”. In: O Globo, 22/7/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Bem, obrigado”. In: O Globo, 10/1/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Rio Info em pauta”. In: O Globo, 12/1/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “Sob medida”. In: O Globo, 22/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

_ “IPTV no Youtube”. In: O Globo, 17/10/2006, p. 23, coluna “Conexão global”.

_ “Adolescentes”. In: O Globo, 14/7/2009, p. 23, coluna “Conexão global”.

_ “Big Amazon”. In: O Globo, 21/7/2009, coluna “Conexão Global”, p. 21.

_ “Googleband”. In: O Globo, 23/3/2010, coluna “Conexão Global”, p. 25.

_ “Só dá Google”. In: O Globo, 23/3/2010, coluna “Conexão Global”, p. 25.

Reportagens sem crédito para o autor

“A internet é a invenção do século”. In: Folha de São Paulo, 10/1/2000. <http://biblioteca.folha.com.br/1/02/2000011001.html>. Consultado em 27/1/2010.

“Miro vai apresentar a Lula estudo sobre TV digital”. In: O Globo, 24/1/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“TV digital: Miro debate com Eletros”. In: O Globo, 22/3/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Miro apresenta proposta para TV digital no país”. In: O Globo, 3/4/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“TV digital vai permitir acesso à Internet”. In: O Globo, 8/5/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Epson reduz preços de cartuchos”. In: O Globo, 21/7/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“TV digital terá padrão escolhido e implantação até 2006, diz ministro”. In: O Globo, 12/8/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Gugu consegue se livrar de indiciamento por falsa entrevista”. In: Folha on line (uol) - 15/11/2003.

“TV digital em consulta”. In: O Globo, 20/12/2003, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Convergência: TV e internet em casa”. In: O Globo, Suplemento de TV Digital, 30/7/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Uma realidade em muitos países”. In: O Globo, Suplemento de TV Digital, 30/7/2004, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Brasil debate padrões digitais de comunicação”. In: O Globo, 13/5/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“TV digital: saiba por que você precisa participar desse debate”. In: Informativo Intervozes, novembro de 2005.

“Seminário de TV digital”. In: O Globo, 12/6/2005, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“TV digital: Proposta de Hélio Costa é nova mudança de rumo”. In: Teletime News, 13/6/2005. Consultada em <http://www.teletime.com.br/13/07/2005/proposta-de-helio-costa-e-nova-mudanca-de-rumo/tt/53412/news.aspx>.

“Governo discute hoje padrão de TV digital no país”. In: O Globo, 18/1/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Copa em alta definição para poucos na Europa”. In: O Globo, 17/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Relatório sobre TV digital deve ficar pronto amanhã”. In: O Globo, 29/3/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Toshiba avalia fábrica de semicondutores no país”. In: O Globo, 10/5/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Gil: TV digital para 2007”. In: O Globo, 6/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Formação profissional”. In: O Globo, 13/6/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Lucro da Net cresce 88% e atinge R\$ 28,9 milhões”. In: O Globo, 22/7/2006.

“Governo vai contestar ação contra TV digital”. In: O Globo, 24/8/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“Só 8,7% têm TV a cabo”. In: O Globo, 30/8/2006.

“Depois dos votos: ‘Numa democracia não se admite controle de conteúdo. Controlar opinião não é democrático’, diz Miro”. In: O Globo, 2/11/2006, consultado em http://arquivoglobo.globo.com/ns_index.htm.

“TV pública: possível uso político preocupa deputados”. In: Jornal da Câmara, 28/6/2007, p. 8.

“Decreto cria empresa para gerir TV pública”. In: O Globo, 26/10/2007, p. 10.

“Oposição: TV pública será rede de propaganda”. In: O Globo, 31/10/2007, p. 11.

“Em nome do público, mas sem o público”. In: Informativo Intervozes, novembro de 2007, p. 3.

“Uma história de apropriação do público pelo privado”. In: Informativo Intervozes, novembro de 2007, p. 7.

“A TV digital e a multiplicação da mesmice”. In: Informativo Intervozes, novembro de 2007, p. 24-25.

“Vídeos do YouTube estarão em breve nas TVs”. In: O Globo, 14/3/2008, p. 25

“TV digital para cariocas”. In: O Globo, Caderno Globinho, 15/3/2008, p. 3

“Lucro trimestral da Net sobe 9%”. In: O Globo, 19/4/2008, pág. 29.

“Diretor-geral da TV Brasil pede demissão”. In: O Globo, 18/6/2008, p. 10.

“Cade analisa disputa em TV fechada”. In: O Globo, 19/6/2008, p. 34.

“Cade determina a retomada das transmissões da MTV pela Sky”. In: Observatório do Direito à Comunicação, 25/6/2009, http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=5170, consultado em 26/6/2009

“Abert critica restrições a propaganda”. In: O Globo, 12/7/2008, p. 10.

“Grupos dos EUA criam rede de publicidade digital”. In: O Globo, 16/2/2009, p. 38.

“Câmara analisa situação do Conselho de Comunicação Social do Congresso”. In: Portal da Imprensa, 1/6/2009. http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2009/06/01/imprensa28532.shtml. Consultado em 10/9/2020.

“Moody’s eleva o ‘rating’ da Globo para Baa3”. In: O Globo, 3/6/2009, p. 26.

“Google chinês é censurado”. In: O Globo, 20/6/2009, p. 32.

“Multa por troca de músicas na rede”. In: O Globo, 20/6/2009, p. 34.

“Youtube sofre ação por violar direitos autorais”. In: O Globo, 20/6/2009, p. 32.

“Cade determina que Sky volte a transmitir o canal MTV”. In: Portal Exame, 24 de Junho de 2009. <http://portalexame.abril.com.br/ae/economia/cade-determina-sky-volte-transmitir-canal-mtv-437484.shtml>, consultado em 26/3/2010.

“TV Globo anuncia nova estrutura de jornalismo”. In: O Globo, 9/7/2009.

“De olho na rival Google, Microsoft vai oferecer versão do Office de graça”. In: O Globo, 14/7/2009, p. 23.

“Mas afinal, para que serve o Twitter?”. In: O Globo, 25/7/2009, p. 29.

“Conferência para debater comunicação”. In: O Globo, 6/8/2009, p. 11.

“Número de internautas no país cresceu 10%”. In: O Globo, 21/8/2009, p. 28.

“eBay vende 65% da Skype por US\$ 1,9 bilhão”. In: O Globo, 2/9/2009, p.29.

“Anúncio na web: popular”. In: O Globo, 1/10/2009, p. 28.

“NET Serviços quase dobra lucro no terceiro trimestre de 2009”. In: <http://idgnow.uol.com.br/mercado/2009/10/21/net-quase-dobra-lucro-no-terceiro-trimestre/>, consultado em 22/3/10.

“Previsível”. In: O Globo, 25/11/2009, p. 24.

“Agência dá nota máxima à Globo Comunicação”. In: O Globo, 5/12/2009, p. 40.

“Apple inaugura temporada do iPad”. In: O Globo, 13 de março de 2010, p. 34

“Google, Intel e Sony se unem por TV”. In: O Globo, 19/3/2010, p. 35.

“Prepare-se para a largada”. In: O Globo, revista Digital, 29/3/2010, p. 3

“Banda larga via rede elétrica”. In: O Globo, revista Digital, 29/3/2010, p. 4.

Principais documentos consultados

Lei das Telecomunicações e criação do Fust: Leis nº 9.472, de 16 de julho de 1997 (In: <http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L9472.htm>, consultada em 13/9/2010) e 9.998, de 17 de agosto de 2000 (In: <http://www.mc.gov.br/telecomunicacoes/fust/legislacao-1>, consultada em 13/9/2010).

Primeiro decreto de Lula para a TVD: Decreto nº 4.901. In: <http://www.mc.gov.br/tv-digital/decreto-no-4901-de-26-de-novembro-de-2003/> .

Exposição de motivos do ministro das Comunicações: “Exposição de motivos do decreto que institui o sistema brasileiro de TV Digital”. In: <http://www.mc.gov.br/tv-digital/exposicao-de-motivos-do-decreto-que-institui-o>.

Relatório do CPqD: Modelo de referência: sistema brasileiro de televisão digital terrestre. Funttel – Projeto Sistema Brasileiro de Televisão Digital, OS 40539, Campinas. Consultado em: http://www.fndc.org.br/arquivos/Modelo_referencia.pdf.

Segundo decreto de Lula para a TVD: Decreto nº 5.820. In: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm
Consultado em 12/4/2010.

Legislação britânica: www.ofcom.org.uk.

Lei de Imprensa: www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/5250.htm

Campanha "Quem financia a baixaria é contra a cidadania": www.eticanatv.org.br

Classificação indicativa dos programas de TV por idade (Ministério da Justiça): www.mj.gov.br/classificacao/

www.tvbrasil.org.br – Consultado em junho de 2008.

www.ebc.tv.br – Consultado em junho de 2008.

Acompanhamento de eventos diretamente relacionados à TV digital

Seminário de Comunicação Audiovisual da PUC-Rio (organizado por mim) - 31 de março de 2006, PUC-Rio.

Marcos Dantas, professor da PUC e doutor em Engenharia de Produção pela Coppe-UFRJ, ex membro do Grupo Gestor do SBDTV-T; Luiz da Silva Mello, engenheiro de Telecomunicações, doutor em Engenharia Elétrica e Pesquisador do Centro de Estudos em Telecomunicações (Cetuc) da PUC; e Rogério Rodrigues professor doutor do Departamento de Informática da PUC.

3/7/2006 – Debate produzido por mim sobre TV Digital no Bar Aparelho do Sindicato dos Jornalistas do Rio de Janeiro com três convidados que participaram da criação do SBDTV-T: Marcos Dantas, professor da PUC e doutor em Engenharia de Produção pela Coppe-UFRJ, ex membro do Grupo Gestor do SBDTV-T; Luiz da Silva Mello, engenheiro de Telecomunicações, doutor em Engenharia Elétrica e Pesquisador do Centro de Estudos em Telecomunicações (Cetuc) da PUC; e Rogério Rodrigues professor doutor do Departamento de Informática da PUC.

- Palestra de Gustavo Gindre a alunos da PUC-Rio. 23/10/2006 (organizada por mim).

- Seminário “Rede de Valores e Negócios de TV Digital no Rio de Janeiro”. 26/10/2006. PUC-Rio. Organização: Rio Digital.

- Seminário “Impactos e Tendências da TV Digital no Brasil”, 23 de novembro de 2006. Acompanhamento da transmissão ao vivo pelo Portal da USP.

- Seminário “A implantação da Televisão Digital no Brasil”, 29 de novembro de 2006, PUC-Rio.

- Primeira reunião do Fórum PUC-Rio Digital, 18 de dezembro de 2006.

- Seminário “A publicidade e a implantação da Televisão Digital no Brasil”, 27 de dezembro de 2006, PUC-Rio.

- Fórum PUC-Rio Digital – 28 de março de 2007.

- Seminário PUC-Universia sobre comunicação digital – 30 de março de 2007. PUC-Rio.

- Participação na reunião sobre TV Digital envolvendo o Instituto Gênesis, Secretaria Estadual de Tecnologia do Rio de Janeiro, Sebrae, PUC-Rio, UFRJ e UFF no Sebrae-Rio. 2 de maio de 2007.

- Acompanhamento das medidas do Sindicato dos Jornalistas do Rio para trazer a sede da TV pública para o Rio de Janeiro.
- 5º Fórum Internacional de TV Digital (Instituto de Estudos de Televisão – IETV) – 22 de agosto de 2008. Rio de Janeiro.
- Palestra do Superintendente de Serviços de Comunicação de Massas da Anatel, Ara Apkar Minassian. 23 de setembro de 2008. PUC-Rio.
- 6º Fórum Internacional de TV Digital (Instituto de Estudos de Televisão – IETV) – 28 de agosto de 2009. Rio de Janeiro.

Entrevistas feitas para esta tese

- Adilson Cabral Filho, professor da UFF e editor do boletim on line 7 Pontos. Em 5 de setembro de 2008.
- Valério Brittos, professor da Unisinos, e César Bolaño, professor da UFSE, editores da revista acadêmica Eptic On Line e fundadores da Ulepicc (União Latina de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura). Em 6 de setembro de 2008.
- Jonas Valente, integrante da ONG Intervenções - Coletivo Brasil de Comunicação Social, em 26 de setembro de 2008.
- Alto executivo da Nokia Siemens Network, que não quis se identificar, em 26 de setembro de 2008.
- Funcionários da TV Brasil no Rio que não quiseram se identificar, entre agosto e setembro de 2008
- Dermeval Netto, diretor de projetos da FBL Criação e Produção, em novembro de 2008.
- Ricardo Boechat, âncora do Jornal da Band, da Rede Bandeirantes de Televisão, em 24 de novembro de 2008.
- Jorge Nassarala, dono da produtora KN Vídeo, em dezembro de 2008.
- Patrícia Vieira, gerente do Departamento de Cultura do BNDES, em dezembro de 2008.
- Luiz Fernando Gomes Soares, coordenador do Laboratório TeleMídia da PUC-Rio, em dezembro de 2008.
- Ana Lúcia Gomes, gerente de Programação do Canal Futura, em dezembro de 2008.
- Nuno Godolphim, produtor executivo da Pindorama Filmes, em dezembro de 2008.

- Kitty Kiffer, diretora do programa Atitude.com, em 16 de dezembro de 2008.
- Bia Barbosa, integrante da coordenação executiva da ONG Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social, em 1º de junho de 2009.
- Cláudio Roquette-Pinto Bojunga, jornalista e escritor, em 16 de abril de 2010.

Anexo

TERMO DA TV GLOBO PARA CONCEDER ENTREVISTA:

TERMO DE AUTORIZAÇÃO E APOIO À PESQUISA

1. – GLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.A., empresa com sede na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, na Rua Lopes Quintas, 303, Jardim Botânico, inscrita no CNPJ sob o nº 27.865.757/0001-02, doravante designada por “**GLOBO**”, e;

2. – [_____nome], [____qualificação completa], residente e domiciliado na [_____endereço completo] na Cidade _____, Estado _____, portador da carteira de identidade n.º _____, e inscrito no CPF/MF sob o n.º _____, doravante simplesmente designado por “PESQUISADOR”.

CONSIDERANDO que a **GLOBO**, através da sua divisão “Globo Universidade”, desenvolve diversos projetos, destacando, entre outros, o apoio às atividades acadêmicas, por meio de disponibilização de material e acesso aos profissionais para fins de realização, por estudantes e pesquisadores em geral, de seus trabalhos de pesquisa, tais como, monografias de conclusão de curso, dissertações de mestrado e teses de doutorado, dentre outros, promovendo, ainda, a divulgação do resultado desses trabalhos ao público em geral, através das diversas mídias, inclusive Internet;

CONSIDERANDO que o **PESQUISADOR** pretende desenvolver, com o apoio da **GLOBO**, o trabalho universitário sobre _____ (“Trabalho”); e

CONSIDERANDO que a **GLOBO** tem interesse em apoiar o Trabalho a ser desenvolvido pelo **PESQUISADOR**, fornecendo ao mesmo material, conforme descrito no presente instrumento, a ser disponibilizado com a única e exclusiva finalidade de elaboração do Trabalho;

As partes acima nomeadas têm justo e acordado o seguinte:

CLÁUSULA PRIMEIRA: Constitui objeto do presente Termo a autorização, concedida pela **GLOBO** ao **PESQUISADOR**, para utilizar o material por ela disponibilizado, conforme descrição que constitui o Anexo I ao presente instrumento (“Material”), única e exclusivamente como fonte de consulta para fins do desenvolvimento do Trabalho, bem como a autorização pelo **PESQUISADOR** concedida à **GLOBO** para utilizar e divulgar o Trabalho, a seu exclusivo critério, observadas as condições ajustadas no presente Termo.

Parágrafo Único: Fica certo e ajustado entre as Partes que a autorização ora concedida pela **GLOBO** ao **PESQUISADOR** está restrita à utilização do Material única e exclusivamente como fonte de pesquisa para a consecução do Trabalho, sendo terminantemente proibido ao **PESQUISADOR** divulgá-lo, ou de qualquer forma torná-lo público, sem a prévia e expressa anuência da **GLOBO**.

CLÁUSULA SEGUNDA: Para a utilização do Material, o **PESQUISADOR** se obriga a:

- (a) utilizar-se do Material, que poderá incluir eventuais entrevistas com profissionais da **GLOBO** e visitas às suas dependências, única e exclusivamente para elaboração do Trabalho, sendo vedado o uso do Material para fins comerciais de qualquer espécie, salvo prévia autorização expressa da **GLOBO** e dos profissionais entrevistados pelo **PESQUISADOR**, sendo, ainda, expressamente vedada a exploração comercial do fato de ter tido acesso ao Material, a quaisquer profissionais e às dependências da **GLOBO**;
- (b) entrevistar apenas os profissionais autorizados pela **GLOBO**;
- (c) visitar apenas as áreas da **GLOBO** previamente combinadas, sempre acompanhado por um profissional ou contratado da **GLOBO**, especialmente designado para este fim;
- (d) responsabilizar-se integralmente pelo Trabalho, bem como pela fiel utilização do Material e transcrição das entrevistas realizadas com os profissionais da **GLOBO**, isentando a **GLOBO** de qualquer reclamação de terceiros com relação ao Trabalho e/ou ao Material disponibilizado, comprometendo-se a obter toda e qualquer autorização de terceiros que porventura sejam necessárias, devendo excluir imediatamente a **GLOBO** de quaisquer eventuais demandas ou conflitos judiciais ou extrajudiciais relacionados ao Trabalho, à utilização do Material pelo **PESQUISADOR**, ou a sua divulgação, arcando com todos e quaisquer custos necessários para este fim, inclusive honorários advocatícios, indenizando a **GLOBO** de quaisquer valores que porventura esta venha a despendar em razão da utilização do Material, do desenvolvimento e/ou divulgação do Trabalho, pelo **PESQUISADOR**.
- (e) incluir no Trabalho os respectivos créditos e referências ao Material utilizado, incluindo descrição de todos os arquivos disponibilizados pela **GLOBO**, dados dos profissionais entrevistados, programas e datas, utilizados como fonte de consulta;
- (f) incluir no Trabalho referência ao apoio da **GLOBO**, através do “Globo Universidade”, por meio da disponibilização do Material;
- (g) disponibilizar à **GLOBO** uma cópia impressa do Trabalho finalizado, assim como o arquivo em meio eletrônico do mesmo, enviando-os à Coordenação do Globo Universidade, situada na Rua Lopes Quintas, nº 303, sala 508, CEP 22460-901, Rio de Janeiro, RJ;

CLÁUSULA TERCEIRA: O descumprimento pelo **PESQUISADOR** de qualquer obrigação estipulada neste Termo dará direito à **GLOBO** a apuração em juízo das perdas e danos cabíveis.

CLÁUSULA QUARTA: Por meio deste instrumento e na melhor forma de direito, o **PESQUISADOR** autoriza a **GLOBO** a:

- (a) divulgar o Trabalho para consultas pelo público em geral, a seu exclusivo critério, em toda e qualquer mídia, inclusive por meio da Internet;
- (b) fixar o Trabalho em qualquer tipo de suporte material, inclusive suportes de computação gráfica em geral, ou armazená-lo em banco de dados;

(c) escolher ou desenvolver o site e/ou portal para divulgação do Trabalho, a seu exclusivo critério;

CLÁUSULA QUINTA: As autorizações previstas neste Termo são concedidas por prazo indeterminado, podendo ser cancelada, a qualquer momento e por qualquer uma das partes, mediante notificação por escrito com 15 (quinze) dias de antecedência.

CLÁUSULA SEXTA: As autorizações previstas acima são concedidas em caráter gratuito, nada sendo devido entre as partes.

CLÁUSULA SÉTIMA: O **PESQUISADOR** declara-se, neste ato, sob as penas da lei, ser o único responsável pelo conteúdo do Trabalho, bem como por qualquer dado ou informação nele contidos, declarando-se, ainda, ciente de que a **GLOBO** é meramente divulgadora do Trabalho, nos moldes descritos neste instrumento.

CLÁUSULA OITAVA: Fica desde já eleito o foro da Comarca do Rio de Janeiro como o único competente para dirimir quaisquer questões relativas ao presente contrato, com renúncia a qualquer outro por mais privilegiado que seja.

E por estarem assim justas e contratadas, as partes assinam o presente Termo de Apoio à Pesquisa em 02 (duas) vias de igual teor e forma na presença das testemunhas abaixo.

Rio de Janeiro, ____ de _____ de 2008.

PESQUISADOR

GLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.A

Testemunhas:

1. -
Nome:
CPF/MF:

2. -
Nome:
CPF/MF:

ANEXO I

DESCRIÇÃO DO MATERIAL

1 –Entrevista com o Carlos Brito sobre TV Digital.