

XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

TV Digital, Políticas Públicas e Regulamentação: um debate necessário.¹

Rodrigo Garcia Vieira Braz²

Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Resumo

Apesar da contínua edição de normas legislando sobre a comunicação de massa, principalmente referente à televisão, no Brasil não há política pública de comunicação, um marco regulatório eficaz, previamente debatido e construído com a sociedade e visando os interesses da maioria desta. Ao contrário, historicamente a política de concessões de rádio e televisão sempre esteve vinculada aos interesses de grupos privilegiados. Contudo, com a digitalização do televisual surge a possibilidade de mudança deste paradigma, mas também se pode reforçar o atual modelo baseado nas desigualdades sociais. Agora, quase tudo depende das decisões do Poder Executivo; é sobre elas que o presente trabalho pretende discutir.

Palavras-chaves

TV digital; políticas públicas; regulamentação.

Abstract

Despite the continuous edition of norms legislating on the mass communication, mainly referring to the television, in Brazil there aren't public politics of communication, a efficient regulatory landmark, previously debated and constructed with the society and aiming at the interests of the majority of this. In contrast, historically the politics of concessions of radio and television always were tied with the interests of privileged groups. However, with the TV digitize appear the possibility of change of this paradigm, but also if it can strengthen the current model based on the social inequalities. Now, almost everything depends on the decisions of the Executive; it is on them that the present work intends to argue.

Key words

Digital TV; public politics; regulatory.

Introdução

A reestruturação capitalista iniciada no final do século XX trouxe em seu bojo uma série de características que compõem os seus movimentos estruturantes. Globalização,

¹ Apresentado a Jornada de Iniciação Científica em Comunicação (Intercom Junior) do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS)/ Bolsista de Iniciação Científica do CNPq/ Membro do Observatório de Economia e Comunicação (Obscom) da UFS, sob orientação do professor César Ricardo S. Bolaño. (rodrigo_jornalismo@yahoo.com.br)

neoliberalismo, privatização, desregulamentação, tornaram-se características impostas nas culturas ocidentais modernas por um sistema mercadológico globalizado, que garante ser o baluarte da liberdade de expressão, em detrimento da intervenção de Estados ortodoxos e autoritários.

Na verdade, a Globalização tem se mostrado um movimento de expansão do capital, que se utiliza de um argumento libertário para assumir, através da desregulamentação, da liberalização e das privatizações, serviços que deveriam ser garantidos pelo Estado, e desta forma expandir os mercados e incentivar a economia. Neste sentido, a tecnologia tem sido uma ajuda eficaz, permitindo o funcionamento simultâneo de mercados e a transmissão ágil de informações entre as instituições globalizantes.

O liberalismo contemporâneo caracteriza-se pela intervenção mínima, ou nenhuma, do estado na atividade econômica e de desregulamentação de serviços, em favor da criação de novos mercados para os grandes grupos financeiros. Tal aspecto tem reduzido substancialmente o papel do Estado, impossibilitando-o de implementar Políticas Públicas e tornando-o instrumento de consolidação dos poderes hegemônicos, enquanto ele se solidariza com forças não-hegemônicas.

No que concerne especificamente ao audiovisual e as telecomunicações, a desregulamentação tem sido o meio mais eficiente para recapitalizar à mídia eletrônica. Assim, o Estado é afastado de ações que requerem uma visão social, entregando-as a instituições privadas, sem que haja se quer medidas fiscalizadoras ou impositivas a lógica do mercado. Contudo, deve-se salientar que a desregulamentação não pressupõe a extinção do papel do Estado, mas sim que ele atue em seu favor e através de suas prerrogativas capitalistas.

Mas, ao contrário do que pregavam os adeptos da Globalização, a liberalização e desregulamentação da mídia têm se constituído uma afronta à liberdade de expressão e de pensamento, a medida em que beneficia os oligopólios e a propriedade cruzada. A exacerbação da concorrência não tem garantido a liberdade de entrada de novos produtores no mercado. Ao contrário, tem se constituído como uma das principais barreiras à entrada, já que os investimentos e riscos para adentrar nele são muito elevados.

Políticas de Comunicação no Brasil

No Brasil, o panorama não é outro. Poucas grandes empresas comandam o mercado de comunicação numa relação estreita e promíscua com o Estado. De acordo com mapeamento feito pela professora Graça Caldas, dez grupos familiares dominam as concessões das emissoras de radiodifusão no Brasil.

“Em primeiro lugar encontra-se a família Marinho (Rede Globo), que detém 17 concessões de televisão e 20 de rádio. A família Sirotsky (RBS), fica em segundo lugar com 14 emissoras de TV e 21 de rádio, e o terceiro lugar é ocupado pela família Saad (Rede Bandeirantes), com 9 concessões de TV e 21 de rádio. A família Abravanel (SBT- grupo Silvio Santos), vem em seguida com 9 emissoras de TV. A família câmara (Grupo Câmara), detém 7 concessões de TV e 13 de rádio. A família Bloch (Grupo Manchete), detinha 5 concessões de TV e 6 de rádio, agora nas mãos da Rede TV. A família Daou (TV Amazonas), é proprietária de 5 canais de TV e 4 de rádio. A família Zahran (Grupo Zahran), conta com 4 canais de TV e 2 de rádio. Já a família Jereissati (Grupo Verdes Mares), é proprietária de uma emissora de TV e 5 de rádio. O Grupo Condomínio Associados, por sua vez, detém 3 concessões de TV e 9 de rádio”.³

Caldas ressalta ainda que embora essas 74 emissoras de televisão estejam em poder de dez grupos, cinco deles (famílias Sirotsky, Câmara, Jereissati, Zahran e Daou), são afiliadas da Rede Globo, o que confere à família Marinho o monopólio das transmissões e das audiências. O fato é que o regime de concessões nunca seguiu um conjunto de ações desenvolvidas a partir de objetivos sociais pré-estabelecidos, ao contrário, partiu sempre da necessidade política de cada Governo.

Para além da desregulamentação, no Brasil, a história das políticas de concessões de emissoras de radiodifusão sempre esteve vinculada aos interesses de grupos políticos e das elites. Desde a instauração do Estado Novo (1937-1945), Getúlio Vargas incentivou a proliferação de emissoras e, paralelamente, estabeleceu medidas que as mantinham sob o seu poder.

Com a regulamentação do Código Brasileiro de Telecomunicações em 1962, que previa que as concessões deveriam ser restritas ao Presidente da República, a mídia eletrônica permaneceu sendo usada como objeto de barganha de interesses políticos, principalmente após o Golpe de 64 com a instauração da Ditadura Militar. Já em 85, após o fim do Regime Militar, é instalado o governo Sarney, auto-intitulado Nova República, mas apesar de grandes esperanças por parte da população, o balanço é extremamente negativo.

³ CALDAS, Graça. **Legislação, tecnologia e democratização dos mcm**: o compromisso público do PT. 2005.19 p. Texto apresentado ao III Seminário Internacional da Alaic. Escola de Comunicação de São Paulo, São Paulo.

Segundo Caldas, somente nos quatro anos de administração Sarney (1985-1988) foram feitas 1.028 concessões aos partidários políticos do governo, número próximo as 1.240 concessões feitas durante os 20 anos de Regime Militar.⁴

Somente com o início das discussões na Assembléia Nacional Constituinte foi que houve alguns avanços no campo das comunicações, principalmente nos debates que levarão a promulgação, em 1995, da Lei do Cabo. Embora, de acordo com os professores Bolaño e Brittos, “as conquistas são relativas e muitas tenham se perdido com posteriores alterações legislativas”.⁵

Em junho de 2002, último ano do governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC), foi instalado o Conselho de Comunicação Social (CCS) do Senado Federal. O órgão que estava previsto pela Constituição Brasileira desde 1988, e foi instituído pela Lei 8.389, de 30 de dezembro de 1991, só foi ativado 14 anos depois devido a pressões da sociedade civil organizada. No entanto, a instauração deste órgão serviu apenas para acalmar os anseios não-hegemônicos daquele momento, pois o CCS foi estabelecido como um órgão consultivo, e com pouca capacidade influenciar as decisões do Senado.

Ainda em 1997, com a outorga da Lei Geral de Telecomunicações, FHC instituiu a separação entre a regulamentação das telecomunicações e da radiodifusão, até então reguladas pelo Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962. O então presidente prometeu a elaboração de uma lei específica para a radiodifusão - denominada inicialmente de Lei Geral de Comunicação de Massas-, mas por não prevê a digitalização nem chegou ao Congresso.

Entre 1995 e 2002 iniciou-se a articulação da digitalização do televisual, seguindo a regra do governo FHC, as ações privilegiaram os interesses do capital. Inclusive, nesse período, foi concedido a Associação Brasileira das Empresas de Rádio e Televisão (Abert) e a Sociedade de Engenharia de Televisão (Set) o direito de coordenar grande parte dos passos pré-digitalização, embora desta vez houvesse a participação da Universidade Mackenzie (ITM).

“A digitalização do televisual foi articulada, entre os anos 1995 e 2002 de maneira a seguir a dinâmica de desigualdade da sociedade em que está inserida, o que se evidencia principalmente na própria dinâmica de

⁴ Idem, p.9

⁵ BOLAÑO, César e BRITTOS, Valério. **A televisão brasileira na era digital**: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. Aracaju e Porto Alegre. 2004. 204 p., mimeo.

constituição do marco regulador, que privilegia o diálogo com os capitais”.⁶

O Processo de Digitalização durante o Governo Lula

A vitória do candidato Luis Inácio Lula da Silva nas eleições presidenciais de 2002 deu a grande parte do povo brasileiro uma nova esperança. Entretanto, seu histórico de luta contra o poder hegemônico não foi suficiente para a implantação de novas Políticas Públicas de Comunicação. Ao assumir o governo, Lula e o Partido dos Trabalhadores, abandonaram o objetivo de alterar a legislação da comunicação para promover a democratização dos meios, como previsto pelo seu projeto de governo de 1994.

No Diagnóstico feito no seu Plano de Governo, o PT questionava o sistema de concessões de canais de rádio e televisão, com uma crítica contundente aos monopólios e oligopólios midiáticos. Além disso, prometia uma nova política de comunicação para o país. Segundo o projeto, o “Governo Democrático Popular busca iniciar a transformação desse quadro, com o objetivo de assegurar aos cidadãos o direito a informação e expressão.”⁷

Nada disso foi cumprido. O processo de regulamentação segue sem ser concebido de forma ampla, e sem levar em conta a diversidade econômica, social e cultural do país. Não obstante, deve-se lembrar que no início do governo o processo de digitalização foi administrado de forma diferenciado, mas se seguiu logo um retrocesso.

Em 26 de novembro de 2003, através do decreto 4.901, Lula instituiu o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), com a finalidade de orientar a decisão presidencial sobre o modelo a ser adotado, e partindo da prerrogativa de “promover a inclusão social, a diversidade cultural do país; estabelecer ações e modelos de negócio para a televisão digital adequados à realidade econômica e empresarial do país”, dentre outros.⁸

Para que o SBTVD pudesse ser implementado de maneira mais democrática, o governo optou por envolver vários setores da sociedade. O decreto criou o Comitê de Desenvolvimento, vinculado à presidência da República, um Comitê Consultivo e um Grupo Gestor. O Comitê Consultivo é composto por cinco representantes da sociedade civil organizada, e tem como objetivo propor, ao Comitê de Desenvolvimento, diretrizes e ações

⁶ Idem, p.98.

⁷ CALDAS, Graça. **Legislação, tecnologia e democratização dos mcm**: o compromisso público do PT. 2005.19 p. Texto apresentado ao III Seminário Internacional da Alaic. Escola de Comunicação de São Paulo, São Paulo.

⁸ PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Decreto nº 4.901, de 26 de novembro de 2003.

relativas ao sistema. O Comitê de Desenvolvimento é composto por órgãos da administração federal, e tem por finalidade estabelecer diretrizes estratégicas para implementação da tecnologia digital no serviço de Radiodifusão e fixar as diretrizes básicas para o estabelecimento de modelos de negócio de televisão digital, entre outros aspectos. Já o Grupo Gestor tem o papel de executar as ações relativas à gestão operacional e administrativa determinadas pelo comitê de desenvolvimento.

Assim que assumiu o Ministério, Miro Teixeira demonstrou a intenção de desenvolver um padrão brasileiro que fosse aberto às tecnologias já existentes. A intenção do ministério seria elaborar um modelo que se adaptasse às necessidades nacionais uma vez que os modelos existentes não necessariamente corresponderiam a elas. A idéia é boa, ademais, porque sinaliza a possibilidade de inclusão digital, definindo a TDT como plataforma tecnológica visando a universalização e a interatividade a serviço da política social.

Para viabilizar as pesquisas durante o primeiro ano (março 2004 a março 2005) foi assinado um convênio entre o Fundo de Desenvolvimento Tecnológico e Telecomunicações (FUNTTEL), órgão subordinado ao Minicom, e a Fundação Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD) que disponibilizou R\$ 65 milhões para elaboração de um sistema brasileiro⁹.

Com a saída de Miro da pasta das Comunicações as discussões estiveram paralisadas. Um depoimento dado pelo secretário executivo do Ministério das Comunicações, Paulo Lustosa, levou a especulações sobre a desistência do governo pela criação do sistema brasileiro. Inicialmente, o secretário afirmou que criar seria o mesmo que reinventar a roda e que a movimentação da comunidade científica nacional deveria ser em prol da escolha entre os modelos existentes. Mas no mesmo dia ele diria ter sido mal interpretado e que não se poderia desperdiçar o investimento brasileiro.¹⁰

Em 28 de janeiro de 2004, Eunício de Oliveira assumiu o Minicom comprometendo-se com a continuidade das pesquisas brasileiras e tomando medidas cabíveis para o andamento do projeto. Entretanto, o Ministério continuou sem estrutura

⁹ BOLAÑO, César e BRITTOS, Valério. **A televisão brasileira na era digital**: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. Aracaju e Porto Alegre. 2004. 204 p., mimeo.

¹⁰ CRUZ, Renato. **Governo se contradiz sobre sistema de TV digital**. O Estado de São Paulo, 11 ago. 2004. Disponível em www.estado.com.br. Acesso em: 26/08/2004.

para realização de consultas e audiências públicas, dificultando ainda mais a participação efetiva da sociedade.

No quarto mês da sua gestão, o então Ministro das Comunicações, juntamente com o Ministro de Ciência e Tecnologia, lançaram o edital para a contratação das instituições de pesquisa que trabalharão no desenvolvimento do sistema. A FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos), junto ao Grupo Gestor, trabalhou no processo de seleção das instituições que fariam parte da pesquisa. Na segunda fase, foram lançados lotes das Requisições Formais de Propostas (RFPs). Para o primeiro lote foram enviadas 39 propostas de 77 instituições, predominantemente consórcios formados por mais de seis instituições. No segundo semestre de 2004 foram lançados mais três lotes.

Em 08 de julho de 2005, argumentando que a sua permanência no governo e a conseqüente desistência das eleições de 2006 interromperia sua carreira política, Eunício de Oliveira deixa o Ministério das Comunicações. Assume em seu lugar, o então senador e ex-funcionário da Rede Globo Hélio Costa (PMDB-MG). Costa chegou ao governo dentro da reforma ministerial promovida por Lula na tentativa de reforçar a base aliada e superar a crise política para levar o governo até o final de 2006.¹¹

Desde o início da sua gestão Hélio Costa tem adotado um comportamento que beneficia as redes nacionais de TV. Já no dia 13 de julho, durante a cerimônia de nomeação do secretário-executivo do Ministério das Comunicações, Jean-Claude Frajmund, e do consultor jurídico, Marcelo Bechara, o ministro Hélio Costa disse à imprensa que descartaria o desenvolvimento de um padrão brasileiro de TV Digital - como havia prometido Miro Teixeira, assim que assumiu a pasta em 2003. Na ocasião, Costa explicou que não seria desenvolvido um padrão, mas sim um sistema. Afirmou ainda que há uma certa confusão, especialmente entre a imprensa não especializada, sobre o que é sistema e o que é padrão.

Assim como os ministros anteriores, Costa não criou instrumentos formais para a discussão do assunto. Já no início de 2006 defendeu publicamente a adoção do padrão japonês, também defendido pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) e pela Rede Globo. O argumento central é que esse padrão seria superior tecnologicamente.

¹¹ ZIMMERMANN, Patrícia. **Saiba quem é Hélio Costa, novo ministro das comunicações**. Folha Online, 6 jul. 2005. Disponível em <www.uol.com.br>. Acesso em :09/03/2006.

Além de defender os interesses das empresas de comunicação, o Ministro tem desprezado as intervenções de órgãos da sociedade civil organizada.

“O presidente Luiz Inácio Lula da Silva recebeu, em um rápido encontro no Palácio do Planalto anteontem, os dirigentes das principais redes comerciais de TV do Brasil. Na pauta, a posição das empresas sobre as definições em torno da introdução da tecnologia digital na radiodifusão. Os representantes dos empresários haviam se reunido horas antes com o ministro das Comunicações, Hélio Costa, que vem tratando as redes nacionais de TV de forma privilegiada (...) Em 9/11, o FNDC, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) e a Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) solicitaram audiência ao presidente Lula para levar suas reivindicações. Oficialmente, a Presidência da República negou o pedido e o transferiu para a Secretaria-Geral, que não tem atribuição para tratar do tema. Desde que assumiu, em julho, o ministro concedeu diversas entrevistas afirmando que os interesses das empresas são prioritários porque elas “irão pagar a conta” da migração tecnológica.¹²

Na segunda semana de fevereiro de 2006, a Fundação Centro de Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações (CPqD) entregou o último relatório ao Minicom. Hélio Costa tentou manter o documento em sigilo, entretanto, no dia 16 de fevereiro, o texto chegou a imprensa através do site *Teletimes*- especializado em telecomunicações. De acordo com o texto do relatório, o padrão japonês de TV digital é o mais caro para o consumidor, considerando o valor do conversor de sinais (*set top box*). No entanto, o relatório, de 141 páginas, não sugeriu a adoção de um padrão específico. A conclusão do estudo, praticamente repete as diretrizes traçadas no decreto presidencial de 2003, que instituiu o sistema brasileiro de TV digital. O CPqD chamou atenção para a necessidade de levar em conta, na escolha do padrão de TV digital, as perspectivas de mercado e de escala de produção, o que influencia diretamente no investimento necessário ao setor produtivo e no preço final ao consumidor.¹³

Em entrevista Costa afirmou que o relatório do CPqD apresentava “incoerências” e “imprecisões”. Ele citou o exemplo do *set top box* que estaria no relatório a um preço de US\$ 400, enquanto, há promessa de “uma empresa” de fazer esse conversor por US\$ 43.

¹² MARINI, Ana Rita e GORGEN, James. **Lula recebe empresários, que agora querem dinheiro público para TV Digital**. Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), 9 dez. 2005. Disponível em <www.fndc.org.br>. Acesso em: 15 dez. 2005.

¹³ TOMODACHI. **CPqD avalia que padrão japonês é o mais caro**. O Estado de São Paulo, 17 fev. 2006. Disponível em <www.estado.com.br>. Acesso em 07/03/2006.

Sabe-se que a defesa incondicional de Hélio Costa e da Rede Globo pelo padrão japonês (ISDB) não é por acaso, pois este padrão permite que o sinal televisivo seja transmitido para receptores móveis (principalmente celulares) sem utilizar o espectro das operadoras de telefonia móvel, ou seja, sem precisar utilizar os seus serviços. No caso do padrão europeu (DVB), por exemplo, a transmissão para recepção móvel teria que usar a banda reservada para a telefonia celular, o que incluiria as empresas de telefonia no núcleo-central da operação de TV. Contudo, já se sabe também que a Finlândia possui uma operação-piloto de transmissão da TV digital para recepção móvel utilizando o padrão de modulação europeu conhecido como DVB-H e transmitindo justamente pela banda de UHF, que a Globo dizia ser uma exclusividade do padrão japonês.¹⁴

Além disso, de acordo com matéria do jornalista Gustavo Gindre, a Globo foi dona, durante muitos anos, da subsidiária brasileira da japonesa NEC. Ao mesmo tempo, possui forte relação comercial com outra japonesa, a Sony. ‘No *site* da revista Produção Profissional podemos ler uma entrevista com o Diretor de Tecnologia da Globo, Fernando Bittencourt, onde este afirma que a Sony já chegou a desenvolver um equipamento de VT especialmente para atender as demandas da Globo.’¹⁵

Já a pressa em decidir qual o modelo de digitalização será adotado deve-se ao fato de que uma decisão agora seria implementada sem uma legislação para as comunicações. Ao contrário de países como Estados Unidos, Canadá, Japão, Austrália e todos da União Européia, as emissoras querem que se faça esta transição com uma lei do distante ano de 1962, quando a televisão preta e branca ainda era uma novidade para boa parte da população.

Assim, após a tomada de decisão, quando o Congresso Nacional iniciar o debate sobre um novo marco regulatório, quem terá força política para aprovar alguma questão que contrarie os vultuosos investimentos das emissoras. Como, por exemplo, a entrada dos operadores de rede, que permitiria que as emissoras não precisassem investir em torres de transmissões digitais e conseqüentemente a possibilidade do aumento do número de emissoras.

“Uma vez encenado o espetáculo da chegada da TV digital no Brasil, as emissoras terão conseguido manter o atual sistema que lhes confere

¹⁴ GINDRE, Gustavo. **TV Digital: por que a decisão não deve ser tomada agora**. Cultura e Mercado, 12 abr. 2006. Disponível em <<http://www.culturaemercado.com.br/setor.php?setor=4&pid=479>>. Acesso em: 18/05/2006.

¹⁵ Idem.

a propriedade de fato sobre o espectro eletromagnético reservado à TV. E, com isso, impedirão a sua democratização. Por isso, as emissoras querem que a escolha do ISDB japonês ocorra logo”.¹⁶

No dia 13 de abril de 2006 o ministro das Relações Exteriores, Celso Amorim, e o ministro dos Negócios Estrangeiros do Japão, Taro Aso, assinaram, em Tóquio, um memorando referente à implementação do SBTVD, baseado no padrão ISDB-T, e à cooperação para o desenvolvimento da respectiva indústria eletrônica brasileira. Além disso, segundo o memorando, "o governo japonês recebe de bom grado a dispensa de pagamento, pelo Brasil, de *royalties* relativos a patentes das próprias tecnologias ISDB-T".¹⁷

Com a assinatura do documento, os defensores do padrão europeu (DVB) pressionaram o governo oferecendo contrapartidas financeiras para que o DVB fosse adotado. Entretanto, Hélio Costa afirmou que as ofertas da União Européia eram consideradas como “blefe”.¹⁸

Já no dia 16 de maio a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), a pedido do Ministro das Comunicações, impediu que Câmara dos Deputados fizesse uma transmissão usando as três tecnologias digitais em estudo: a japonesa, a americana e a européia. A transmissão seria uma atividade paralela ao seminário ‘TV Digital: Futuro e Cidadania -obstáculos e desafios para uma nova comunicação’, que foi promovido pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, em parceria com o Conselho de Altos Estudos e Avaliação Tecnológica da Câmara dos Deputados.

Enquanto o Governo tenta decidir qual o padrão internacional será adotado, os investimentos e avanços da pesquisa brasileira são desprezados. Mesmo assim, no dia 12 de maio o Inatel fez a primeira integração dos sub-sistemas desenvolvidos por universidades e centros de pesquisa do país que integraram os consórcios do Sistema Brasileiro de TV Digital. Para uma melhor análise do fato vale uma citação mais extensa do artigo do coordenador-adjunto do Grupo de pesquisa em TV Digital, professor Luciano Leonel Mendes sobre o assunto.

“Em julho de 2005, este consórcio finalizou a concepção do MI-SBTVD, em que a ousadia foi sua marca registrada. Utilizando-se das

¹⁶ Idem.

¹⁷ RICHARD, Ivan. **TV digital: Brasil e Japão assinam memorando de cooperação**. Agência Brasil, 13 abr. 2006. Disponível em <www.fndc.org.br>. Acesso em: 10/05/2006

¹⁸ MARQUES, Gerusa. **Costa ataca proposta européia e diz que oferta por TV digital é 'blefe'**. O Estado de São Paulo, 18 mai. 2006. Disponível em <www.fndc.com.br>. Acesso em: 20/05/2006

mais recentes técnicas de codificação de canal e de transmissão digital, a proposta apresentada por este grupo de pesquisadores obteve desempenhos teóricos que superam os demais padrões em até 17 dB, dependendo do canal de comunicação. Em paralelo, outros consórcios trabalhavam nos demais sub-sistemas do SBTVD. A Universidade Federal da Paraíba (UFPB) desenvolveu uma plataforma de Middleware para sustentar aplicações com interatividade. A USP desenvolveu um terminal de acesso, onde o Middleware da UFPB pudesse ser instalado e o telespectador, através de um controle remoto, pudesse controlar todas as funções interativas. A UFSC desenvolveu programas com conteúdo interativo que pudesse ser suportado pelo Middleware da UFPB. Todas essas soluções isoladas já representavam um grande sucesso do SBTVD. Foi no dia 12 de maio de 2006, entretanto, que o sucesso pleno foi alcançado, com a integração de todos esses sub-sistemas. O transmissor desenvolvido pelo consórcio MI-SBTVD foi alimentado por um vídeo com informações interativas desenvolvido pela UFSC. O vídeo foi recebido pelo protótipo do receptor do MI-SBTVD e entregue ao terminal de acesso da USP, onde se instalava o Middleware da UFPB. Através do controle remoto um telespectador pôde interagir com o programa de forma intuitiva. Assim, pela primeira vez na história de nosso país, um sistema de grande complexidade como este para TV Digital, totalmente concebido e desenvolvido por pesquisadores brasileiros, tornou-se uma realidade. O que torna essa conquista ainda mais significativa é o fato de que todos esses resultados foram obtidos com menos de 15 meses de trabalho e com um orçamento relativamente muito modesto, se comparado aos gastos realizados pelos EUA, Europa ou Japão no desenvolvimento de seus respectivos padrões. Essa vitória resultou do engajamento de laboriosos pesquisadores em diversas instituições espalhadas pelo Brasil¹⁹.

Considerações Finais

O modelo hodierno de comunicação brasileira é autoritário e individualista, uma vez que o telespectador não tem a capacidade de interferir nos conteúdos, o que leva a uma vasta segmentação da sociedade e até mesmo a formas de exclusão social. Assim, a digitalização do televisual abre a possibilidade de substituí-lo por um modelo 'negociado' em que os conteúdos sejam escolhidos de acordo com os interesses sociais.

Contudo, um Governo que se propõe a implantar um modelo de TV Digital voltado para a inclusão social não o faz sem consultar a própria sociedade. Fazer o contrário, seria a prova de que já se estaria começando o processo de forma errônea. Antes de decidir o padrão de digitalização faz-se necessário definir os seus objetivos sociais e o modelo de esfera pública que se quer, para tanto é necessário um marco regulatório sem brechas.

¹⁹ REDAÇÃO, Inatel. **Sistema Brasileiro de TV Digital opera com sucesso**. Inatel, 15 mai. 2006, Disponível em <www.fndc.org.br>. Acesso em :20/05/2006.

Em entrevista concedida ao Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, o jornalista Daniel Herz salientou que caso o Brasil opte agora por um padrão digital, sem discuti-lo com a sociedade, essa seria “uma inversão inaceitável que corresponde ao predomínio de interesses de conglomerados da mídia e dos conglomerados internacionais da indústria eletrônica”.²⁰ Além disso, se há a possibilidade de construção de um sistema brasileiro por que não fazê-lo, e assim beneficiar também a indústria, os trabalhadores e a economia do país.

Incluir a sociedade nas discussões acerca da digitalização da rádio e da televisão seria um marco histórico para a democracia brasileira, além de uma mudança de paradigma, haja vista que, tradicionalmente, este povo não reivindica o direito à comunicação. Para tanto, é necessário um Estado forte e decidido a enfrentar os interesses das grandes empresas de comunicação, que, por sua vez, não priorizam este debate porque se trata de deliberações a respeito dela mesma.

Os meios de comunicação não podem mais ser tratados como elementos de decoração e entretenimento da população, mas devem ser visto ,pelo Governo e empresas de comunicação, como um serviço de utilidade pública e como base para a democracia. A televisão chega atualmente à cerca de 90% das residências brasileiras, muito mais do que qualquer serviço público, e por essa razão tem a capacidade para constituir um meio efetivo de democratização do acesso à informação e à comunicação, condição fundamental para o desenvolvimento da cidadania e da inclusão social. Assim, o direito a comunicação no Brasil torna-se hoje uma questão essencial diretamente vinculada à diminuição das desigualdades.

De acordo com Murilo César Ramos:

“o direito à comunicação é fundado na noção de que a comunicação é um bem social tão inalienável quanto o trabalho, a saúde e a educação e que, portanto, não basta apenas o ‘direito de ser informado’ de receber informações pelos meios de comunicação; esse direito tem de ser complementado pelo direito de também informar, ou seja, o de acesso mais amplo possível, pela sociedade, aos meios técnicos que permitam informar e ser informados”²¹

²⁰ HERZ, Daniel. **A escolha do padrão é uma inversão inaceitável.** Entrevista concedida a diversos integrantes do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). FNDC, 13 mai. 2006. Disponível em <www.fndc.org.br> Acesso em: 20/05/2006.

²¹ In: MOTA, Regina. “Os desafios da TV digital no Brasil”. In: FILHO, André Barbosa, CASTRO, Cosette e TOME, Takashi (orgs). **Mídias Digitais: Convergência tecnológica e inclusão social.** 1.ed. São Paulo: Paulinas.2005.p.199-223.

Então, um outro debate que precisa ser retomado, e está estritamente ligado ao processo de digitalização, é sobre a regulamentação dos media. A auto-regulação das concessionárias de radiodifusão obedece a quadros de referência próprios em que o aspecto econômico prevalece sobre o aspecto ético-social. Por isso é indispensável que o Poder Executivo se empenhe em discutir e sancionar a Lei da Comunicação Social de Massa, que permanece desde 1997 nos meandros do Congresso Federal.

Da anacrônica lei do Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962, ao atual sistema de outorgas de canais, raras mudanças ocorreram para viabilizar a democratização da comunicação. O governo do PT, que prometia em seu plano de governo *Uma Nova Política* para a área das comunicações, ainda não mostrou a que veio. Ao contrário, colocou na pasta das comunicações um legítimo representante dos conglomerados mediáticos, que utiliza o Minicom como escritório para barganha de favores políticos.

Além disso, o Ministro Hélio Costa esvaziou a proposta de um Comitê Consultivo democrático, e passou a reunir-se exclusivamente com o empresariado.

“Então, o Comitê Consultivo que deveria emitir um parecer sobre as definições que estavam sendo feitas no SBTVD pelas outras instâncias (Comitê de Desenvolvimento e Grupo Gestor), sequer recebeu os documentos necessários para fazer isso. O final do trabalho, como as necessidades que foram encaminhadas pelo presidente da República não cumpriu os requisitos de decreto, marginalizando o espaço reservado para a participação da sociedade e impedindo que fosse cumprido o decreto presidencial. Então, é um processo de discussão que foi truncado por uma opção que vem dominando historicamente na mídia brasileira”.²²

Portanto, um marco regulatório é essencial para estabelecer um novo paradigma comunicacional no Brasil. Para tal, é necessário que as leis estejam baseadas em alguns princípios fundamentais. Primeiramente, é indispensável reconhecer a centralidade da idéia de público para estruturar qualquer sistema de comunicação. Depois, uma legislação coerente deve impor objetivos sociais aos meios de comunicação privados, fazendo com que toda concessão ou permissão dada para a exploração de um serviço de comunicação

²² HERZ, Daniel. **A escolha do padrão é uma inversão inaceitável.** Entrevista concedida a diversos integrantes do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). FNDC, 13 mai. 2006. Disponível em <www.fndc.org.br> Acesso em: 20/05/2006.

social eletrônica seja de fato outorga de serviço público, e não, como hoje, licenças frouxas, que tornam o uso das radiofrequências uma atividade quase que eminentemente privada.²³

Sem dúvida, a transição do sistema analógico para o digital é um momento único para acabar com o oligopólio ou monopólio da mídia, permitindo a entrada de novos atores –públicos e privados- capazes de prover a sociedade com as mais variadas programações informativas, culturais e de entretenimento.

Por último, é necessário que tanto o setor público como a sociedade tenha consciência da estreita relação entre os meios de comunicação e democracia. Pois, “ao contrário do que se apregoa, políticas públicas de telecomunicações em países como Noruega, o Canadá, Alemanha, Inglaterra, França e mesmo os EUA visam limitar a abrangência e concentração da mídia para garantir a pluralidade de informações”²⁴

Referências bibliográficas

BOLAÑO, César e BRITTOS, Valério. **A televisão brasileira na era digital**: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. Aracaju e Porto Alegre. 2004. 204 p., mimeo.

BOLAÑO, César. **Mercado brasileiro de televisão**. 2 ed. Rev. e Amp. Aracaju: Editora UFS; São Paulo: EDUC. 2004. 289 p

CALDAS, Graça. **Legislação, tecnologia e democratização dos mcm**: o compromisso público do PT. 2005.19 p. Texto apresentado no III Seminário Internacional da Alaic. Escola de Comunicação de São Paulo, São Paulo.

CRUZ, Renato. **Governo se contradiz sobre sistema de TV digital**. O Estado de São Paulo, 11 ago. 2004. Disponível em <www.estado.com.br>. Acesso em: 26 ago. 2004.

GINDRE, Gustavo. **TV Digital: por que a decisão não deve ser tomada agora**. Cultura e Mercado, 12 abr. 2006. Disponível em <<http://www.culturaemercado.com.br/setor.php?setor=4&pid=479>>. Acesso em: 18/05/2006.

HERZ, Daniel. **A escolha do padrão é uma inversão inaceitável**. Entrevista concedida a diversos integrantes do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). FNDC, 13 mai. 2006. Disponível em <www.fndc.org.br> Acesso em: 20/05/2006.

MARINI, Ana Rita e GORGEN, James. **Lula recebe empresários, que agora querem dinheiro público para TV Digital**. Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), 9 dez. 2005. Disponível em <www.fndc.org.br>. Acesso em: 15 dez. 2005.

²³ RAMOS, Murilo. **O que falta ao debate sobre TV Digital**. Entrevista concedida a Rodrigo Murtinho, integrante do Instituto de Estudos e Projetos em Comunicação e Cultura. Boletim Prometheus, 12/04/2006. Disponível em <www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=377IPB001> Acesso em 20/05/2006.

²⁴ MOTA, Regina. “Os desafios da TV digital no Brasil”. In: FILHO, André Barbosa, CASTRO, Cosette e TOME, Takashi (orgs). **Mídias Digitais**: Convergência tecnológica e inclusão social. 1.ed. São Paulo: Paulinas.2005.p.199-223.

MARQUES, Gerusa. **Costa ataca proposta européia e diz que oferta por TV digital é 'blefe'**. O Estado de São Paulo, 18 mai. 2006. Disponível em <www.fndc.com.br>. Acesso em: 20/05/2006.

MARTINS, Ricardo Benetton e HOLANDA, Giovanni Moura. “O projeto do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre”. In: FILHO, André Barbosa; CASTRO, Cosette e TOME, Takashi (orgs). **Mídias Digitais: Convergência tecnológica e inclusão social**. 1.ed. São Paulo: Paulinas.2005.p.169-198.

MOTA, Regina. “Os desafios da TV digital no Brasil”. In: FILHO, André Barbosa, CASTRO, Cosette e TOME, Takashi (orgs). **Mídias Digitais: Convergência tecnológica e inclusão social**. 1.ed. São Paulo: Paulinas.2005.p.199-223.

_____ e TOME, Takashi. “Uma nova onda no ar”. In: FILHO, André Barbosa, CASTRO, Cosette e TOME, Takashi (orgs). **Mídias Digitais: Convergência tecnológica e inclusão social**. 1.ed. São Paulo: Paulinas.2005.p.51-84.

SILVA, Manuel José Lopes. **A nova regulação dos media**. *Rev. De Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Aracaju, v. 8, n. 1,ene.-abr.2006.

REDAÇÃO, Inatel. **Sistema Brasileiro de TV Digital opera com sucesso**. Inatel, 15 mai. 2006, Disponível em <www.fndc.org.br>. Acesso em :20/05/2006.

RICHARD, Ivan. **TV digital: Brasil e Japão assinam memorando de cooperação**. Agência Brasil, 13 abr. 2006. Disponível em <www.fndc.org.br>. Acesso em: 10/05/2006.

RAMOS, Murilo.**O que falta ao debate sobre TV Digital**. Entrevista concedida a Rodrigo Murtinho, integrante do Instituto de Estudos e Projetos em Comunicação e Cultura. Boletim Prometheus, 12/04/2006. Disponível em <www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=377IPB001> Acesso em 20/05/2006.

TOMODACHI. **CPqD avalia que padrão japonês é o mais caro**. O Estado de São Paulo, 17 fev. 2006.Disponível em <www.estado.com.br>. Acesso em 07/03/2006.

ZIMMERMANN, Patrícia. **Saiba quem é Hélio Costa, novo ministro das comunicações**. Folha Online, 6 jul. 2005. Disponível em <www.uol.com.br>. Acesso em :09/03/2006.