



## **Sem lenço e com documento: trilhas e traçados para a chegada da TV digital**

Álvaro Benevenuto Jr.\*

Cosette Castro\*\*

### **Resumo**

O artigo reflete sobre o processo de que resultou no lançamento da TV digital no Brasil, comparando-o com o momento de inauguração da televisão na América Latina. A proposta da leitura paralela desses dois períodos encaminha para relacionar as demandas apresentadas pela digitalização do espectro e a conseqüente convergência dos meios de comunicação. Os apontamentos tomam como referência os marcos da Economia Política da Comunicação e da Informação.

**Palavras chave:** comunicação digital, economia política da comunicação, tecnologia e convergência.

### **Introdução**

A implantação da televisão no Brasil apresentou um roteiro ímpar nos anos 50 do século XX, e revela cenas que, mesmo com a troca de figurino e a adaptação necessária demandadas pelas mudanças do cenário socio-político e econômico, pode ser comparada com a que está sendo executada durante o processo que resultou no Decreto de criação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) em 2006. Para os atores mais afoitos dessa obra, a comparação não tem validade, uma vez que se trata de uma outra tecnologia, de outras articulações com setores econômicos, trata de outra demanda social e, finalmente, de outro momento histórico. Ledo engano. Consideramos, como os observadores que somos ao longo deste caminho, que há muitas coincidências entre os dois períodos históricos que merecem ser assinalados, apesar das cinco décadas de distância entre eles.

---

\* Doutor em Ciências da Comunicação (UNISINOS), professor de Jornalismo e Televisão na Universidade de Caxias do Sul e pesquisador CNPq.

\*\* Doutora em Comunicação e Jornalismo (UAB- Espanha). Consultora da CEPAL/UNESCO.



Uma leitura paralela desses dois episódios históricos permite visualizar as seguintes situações nas mãos de um roteirista experiente:

1950	2007
<p>Cena 1</p> <p>1949 – o Brasil se encontra eufórico, investindo na formatação de seu parque industrial e na oferta de equipamentos urbanos próprios para melhorar a qualidade de vida. Entre eles, a comunicação social está em pauta, oferecendo a circulação nacional dos jornais e a distribuição das ondas de rádio por todo o território. Nesse clima, a ousadia de Assis Chateaubriand ao inaugurar a televisão coube como luvas dentro no plano de desenvolvimento nacional engendrado por Juscelino Kubitschek.</p>	<p>Cena 1</p> <p>2003 – O Brasil inaugura o mandato do presidente metalúrgico. Apesar da desconfiança de alguns setores sobre a competência para manter o equilíbrio econômico e com a redução dos investimentos na planta industrial, alguns programas de qualificação da vida ganham reconhecimento popular e da mídia. No âmbito da política, a corrupção emerge através do trabalho de investigação da imprensa e intensifica-se o debate do papel da mídia na pauta do debate social. Em 26 de novembro daquele ano, o Presidente assinou o decreto que constituía os grupos de trabalho para criar o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD).</p>
<p>Cena 2</p> <p>1949-50 - Para implantar o novo sistema de comunicação, Chateaubriand importa os equipamentos da Radio América Company (RCA), que desembarcam em Santos no limiar de 1950. Transportados para São Paulo, começam a ser montados e os técnicos brasileiros são treinados para colocar o meio em</p>	<p>Cena 2</p> <p>2004-05 - Para implantar o SBTVD, o governo brasileiro convoca a comunidade científica local para definir as bases estruturantes do projeto, mobilizando mais de 1.500 pesquisadores de instituições</p>

Pesquisadora autônoma. Em 2006, coordenou ainda na Unisinos, a Cartografia Audiovisual Brasileira.



funcionamento, conforme estabelecia o planejamento do jornalista paraibano.	universitárias, independentes e centros de excelência. Foi a primeira vez na história da república que um consórcio de universidades é chamado para desenvolver tecnologia brasileira em diferentes pontos do país.
Avance algumas páginas	
<p>Cena 17</p> <p>1950 – 18 de setembro, completados os testes em sistema fechado de superar as dificuldades estruturais (instabilidade da rede elétrica e falta de conhecimento em relação à tecnologia do equipamento) as primeiras imagens de televisão na América Latina surgem nas telas de 200 aparelhos distribuídos pela cidade de São Paulo. O sonho de Chateaubriand – e mais tarde da população brasileira – se concretiza.</p>	<p>Cena 17</p> <p>2006 – o Decreto 5.820, de 26 de setembro de 2006 define o Sistema Brasileiro de TV Digital, um sistema híbrido que utiliza tecnologia brasileira mesclada à japonesa. E, dez meses depois, no Centro de Eventos do Hotel Nacional de Brasília, o Presidente Lula anunciou a largada definitiva de implantação da TV digital no país incorporando as TVs Públicas no processo. A cena aconteceu no I Fórum sobre TV Pública que discutiu, entre outros complexos temas, os conteúdos que essa nova tecnologia oferecerá à sociedade.</p>
<p>Cena 18</p> <p>Sobem os créditos de encerramento sobre imagem de uma família reunida diante do televisor em preto e branco.</p>	<p>Cena 18</p> <p>Sobem os créditos sobre imagem de pessoa sentada digitando em um laptop no seu colo usando teclado sem fio.</p>



As imagens que essas descrições provocam permitem encaixar as cenas num cenário cibernético, próprio dos desenhos futuristas da Família *Jetsons*<sup>1</sup>, misturando ficção e realidade. Mas a comparação, que implica num pequeno exercício de imaginação, traz em seu bojo necessidade de produzir reflexões exaustivas a respeito do momento que a sociedade brasileira experimenta. Apresenta demanda relevante de trabalho intelectual para entender a tecnologia digital que logo estará disponível nas prateleiras de todas as lojas de departamento através de uma caixa conversora e mais tarde, da própria TV digital com o SBTVD acoplado, e as transformações que ela acarretará.

Os primeiros passos para cumprir essa tarefa serão oferecidos a partir do (rápido) levantamento das características contemporâneas do meio e as possibilidades planejadas com a transposição do mundo analógico para o digital. Em seguida, refletiremos sobre os conteúdos e, finalmente, pretendemos oferecer alguns referenciais para demarcar atitudes a serem adotadas.

### **Privatização do espaço público das telecomunicações**

Desde a segunda metade da década de 1990, os brasileiros assistiram a privatização do espaço público das telecomunicações, promovida pelo governo naquele momento comandado por Fernando Henrique Cardoso, o presidente intelectual. O que melhor retrata essa afirmativa é a transmissão dos leilões das empresas de telefonia em cadeia de rádio e TV, como se fosse um campeonato esportivo. A ação permitiu apreciar o momento no qual os sistemas de telefonia fixa e móvel foram colocados na arena para serem disputados pelos oligopólios internacionais privados, com tradição – ou não – no setor, como se ela (a população) fosse a grande privilegiada porque, daquele dia em diante, teria – ainda que imaginariamente – melhor qualidade e agilidade na prestação desse serviço.

O país de 2003, quando o Palácio do Planalto foi ocupado pelo Presidente Metalúrgico, tinha muitos outros desafios a enfrentar. Entretanto, a manutenção do plano de controle da inflação e manutenção da política de desenvolvimento econômico continuou a preencher os espaços midiáticos – e também as políticas públicas – diante de outras demandas. Essas mesmas demandas relativas à educação, saúde, habitação,

---

<sup>1</sup> Desenho animado de Hanna Barbera dos anos 70/80 cuja história acontecia num futuro distante.



direitos da comunicação e outros serviços públicos que, foram relegadas a segundo plano.

Embora consideremos o direito de acesso aos meios de comunicação e a informação como um direito humano, fundamental para o regozijo da cidadania, esse direito continua sendo negado pela mídia. Pior, temas relacionados aos meios de informação e comunicação continuam sem receber atenção da mídia, como revelou uma pesquisa desenvolvida pelo Grupo Comunicação, Economia Política e Sociedade – CEPOS.<sup>2</sup> (CEPOS, 2004). A exceção ocorre quando tais temas dizem respeito direto aos interesses econômicos dos grupos de comunicação, como ocorreu recentemente com o fim de uma concessão pública de TV na Venezuela.

Não é de estranhar que a noticiabilidade desse tema seja nula. Primeiro que a propriedade da mídia nacional está sob o controle pouco mais de seis famílias e formam um conglomerado importante quando se fala de controle social (FNDC, 2005, CASTRO et alli, 2006). Ainda assim – e apesar dos grandes grupos de comunicação – em 2007, o debate sobre a digitalização da TV no Brasil, a produção de conteúdos e o surgimento de novas profissões encontrou um caminho democrático via o Fórum das TVs Públicas, via grupos de discussão na web, com o apoio constante de uma parte considerável do governo Lula.

A tendência de deixar a população fora do debate sobre a democratização dos meios e do acesso à informação começou ainda nos anos 50 do século XX. E ganha importância tendo em vista as atitudes pioneiras que redundaram a implantação da TV no território brasileiro: representa o resultado uma aventura de um iminente pequeno-burguês (Assis Chateaubriand), capitão de um conglomerado midiático (formado por jornais, estações de rádio e museus) muito bem relacionado com o poder do planalto central do país. Com a televisão, ele ofereceu ao *status quo* a oportunidade de operar - de estar - num tipo de comunicação de larga abrangência que dispensa protocolos mais complexos para o pronto entendimento da mensagem, como é o caso do meio audiovisual.

Mas a pergunta sobre a importância do debate da televisão digital permear a sociedade brasileira ainda permanece sem resposta, embora tenha dado os seus primeiros passos dentro do âmbito acadêmico ainda em 2005, quando o sistema

---

<sup>2</sup> O trabalho consistiu em tabular a aparição de temas da mídia na televisão durante os três meses nos quais se processaram o debate sobre a gênese de criar o Sistema Brasileiro de Televisão Digital, permeado pela discussão a respeito dos parâmetros ético-trabalhistas da imprensa.



brasileiro ainda não havia sido definido (CASTRO et alli, 2007). E vem chegando a um maior número de pessoas porque um reduzido grupo de tecnocratas, investidores, políticos e intelectuais tem consciência de que nos encontramos em outro momento midiático.

É plausível destacar que há um suporte técnico-operacional de comunicação muito eficiente, representando oportunidades de negócios expressivas e é diferente de todos os modelos conhecidos até o momento. A televisão digital engloba a sua compreensão como fenômeno socio-técnico porque tem a capacidade de “transformar e reconfigurar o cenário da mídia eletrônica no Brasil, voltada quase que exclusivamente para os interesses comerciais”. (MOTA, 2005: 205)

Por outro lado, o Sistema Brasileiro de TV Digital, em termos estruturante, pretende permitir que novos modelos de negócio possam aflorar respondendo as questões fundamentais deste cenário complexo e multifuncional, na medida em que sejam respondidas questões como:

- de que forma a introdução da nova tecnologia digital pode interferir em alguns fatores de negócios como a produção, comercialização e circulação de bens culturais dos atores em atividade no mundo televisivo e audiovisual;
- a possibilidade do surgimento e/ou o desaparecimento de atores neste circuito profissional, assim como o surgimento de outros ofícios;
- a capacidade de adaptação à nova tecnologia, refletida na alteração da participação no mercado;
- a mudança para a tecnologia digital e seu impacto no aspecto fiscal e na balança comercial, através da ampliação e a conquista de novos mercados para exportação de seu *know-how* ou de seus instrumentos.

### **Transformações em Processamento**

Os discursos sobre a televisão digital, oriundo dos laboratórios de pesquisa do hemisfério Norte, apresentaram-na como a superação de todos os modos – e meios – de comunicação contemporâneos, pois ela é a imagem da convergência. Ela é tão forte e



precisa que, em 1995, na reunião anual da National Association of Broadcasting (NAB)<sup>3</sup>, a Microsoft e os operadores da televisão mundial entraram em confronto para definir se o ambiente da comunicação eletrônica do futuro próximo era da web ou da televisão. O tema esteve pautado nas discussões da NAB, até a consolidação da TV digital americana, no início de 2000, denunciando uma disputa de mercado importante.

Mas o que provocou a persistência desse debate nas cúpulas dos operadores mundiais da radiodifusão e da rede mundial de computadores? A explicação parece estar nos seguintes fatores:

- na capacidade econômica e no grau de desenvolvimento de cada país;
- na quantidade de aparelhos que o parque televisivo de cada país possui, assim como

a quantidade de computadores. Para o Brasil, a escolha da TVD através do aparelho de TV analógico aconteceu porque era a forma mais barata e democrática de incluir a população de baixa renda que não possui, em sua maioria, computadores em casa. Já no Chile, a situação é totalmente diferente. Trata-se de uma população pequena, que possui um número significativo de computadores em casa e pode pensar em TV digital via computador;

- como o movimento representa para o mercado que circula no entorno da indústria da televisão e da informática, pois a transposição do analógico para o digital também implica na mudança da planta da indústria de insumos (equipamentos e programas operacionais), além das transformações processuais da própria TV, atitudes que implicam em dezenas de milhares de dólares.

Vale registrar que embora a TVD seja tão propagada em países como os Estados Unidos onde o modelo foi implantado em 1998, naquele país apenas 32% da população aderiu a TV digital, já que o sistema não permite interatividade e não oferece vantagens significativas sobre a TV a cabo, existente na maioria das residências norte-americanas. Mesmo na Europa, os estudos mais recentes registram que o único país onde a TVD conseguiu ultrapassar a casa dos 50% de adesão foi a Itália. Motivo? O governo italiano deu prioridade para o projeto de TVD e subsidiou os aparelhos tornando-o acessível a diferentes camadas da população.

---

<sup>3</sup> Principal evento de debates sobre o setor da radiodifusão norte-americano e que tem influência no âmbito das políticas de comunicação mundiais. Nesta mesma ocasião, os produtores de insumos para essas indústrias – tanto equipamentos como conteúdos – participam de uma feira de negócios, considerada como a “meca do mercado da radiodifusão”. Foi em 2001, que a Sociedade de Engenharia de Televisão (SET) apresentou os resultados da comparação entre os sistemas de televisão digital em operação (ATSC, DVB e ISDB), indicando a supremacia dos japoneses em termos de robustez em termos de qualidade e por conseguir chegar as diferentes regiões geográficas do país.

Quando a TV digital chegou ao Brasil, a euforia não foi diferente: elogios para as possibilidades de aplicações e melhoria da qualidade de recepção dos sinais, ou seja, a prioridade era dada à questão tecnológica. O comentário mais comum relatava sobre “oportunidade de ter a imagem de cinema em casa”. É preciso separar o joio do trigo. Ou seja, lembrar que mais de 60% dos aparelhos de TV no Brasil recebem um péssimo sinal e a maior parte dos assinantes de TV por assinatura no país admitem que o fazem para melhorar a recepção do sinal televisivo.

Porém, os discursos enaltecendo a nova tecnologia não alcançaram a profundidade que demandam, pois os principais interessados – concessionário e os operadores da radiodifusão – se mostraram desconfiados da inovação e das repercussões que ela poderia provocar em relação aos atos regulatórios, caso o fato ganhasse divulgação intensa. Houve ainda posicionamentos temerosos sobre a tecnologia, tendo em vista as mudanças estruturais demandadas para a implantação do sistema, interferindo em setores distantes da radiodifusão a exemplo da demanda e modernização nas relações trabalhistas, agora permeadas pela questão da tecnologia e do trabalho remoto.

A TV digital brasileira entra na pauta social como uma oferta diferenciada de transmissão, acessível somente para aqueles que têm como manter o diferencial, contrariando a lógica da economia do sistema, que consiste em uso extensivo e ininterrupto, pelo maior número de pessoas e negando as características da convergência que a tecnologia oferece. Não fosse a ação de algumas organizações sociais e um plano de governo diferenciado, o tema passaria ao largo da sociedade, já que os meios de comunicação insistem em praticamente não pautar o assunto. Apesar dos esforços de pesquisadores comprometidos com o desenvolvimento social, ainda é uma pequena parcela que se ocupa com a temática.

### **Muito além do jardim**

Os desafios para criar o Sistema Brasileiro de Televisão Digital foram delineados em 2003, quando o presidente assinou o Decreto 4.901, instituindo as bases de operação dos atores deste outro capítulo da comunicação social eletrônica de massa. A importância desse ato institucional consiste na intenção de convocar as comunidades





intelectual e empresarial para definir os parâmetros técnico-sociais da implantação do SBTVD, sem limites socio-econômicos pressupostos.

Seria o momento de “reinventar a roda?”<sup>4</sup>, perguntaram alguns. Não. A vigência do Decreto implicava em descobrir como aproveitar todo o potencial comunicativo da inovação tecnológica, colocando-a a disposição do desenvolvimento cultural, econômico e social brasileiro, incluindo aí iniciativas de cruzamento das mídias (*cross-media*), como vem sendo desenvolvido na Inglaterra, através do uso da televisão digital, do rádio digital, dos celulares e dos computadores ao mesmo tempo ou em separado. A tradução desse pressuposto pode ser vista com clareza nas ações de inclusão digital desenvolvidas pelo governo federal através do Ministério da Cultura, que vem investindo esforços na implantação dos tele-centros no país.

Os quatro anos que separaram a publicação do Decreto 4.901 e o encerramento do Fórum Nacional das TVs públicas mostram o emergir da inteligência nacional que, por exemplo, entre 2004 e 2006, desenvolveu sistemas de compressão de dados na transmissão digital permitindo a operação em até 16 canais no espectro da televisão;<sup>5</sup> o desenvolvimento do sistema Ginga – projeto totalmente nacional - que permite a integração dos diferentes sistemas, como o brasileiro, o japonês, o norte-americano e o europeu em uma mesma caixa conversora; ou ainda o mesmo Ginga, que permite o uso do sistema standart e da alta definição. Essas são apenas algumas das descobertas produzidas pelos mais de 1.500 pesquisadores que estiveram envolvidos nas pesquisas do SBTVD, cujas repercussões mal apareceram na mídia, a exceção da especializada<sup>6</sup>.

Essa constatação reforça a hipótese de que a sociedade brasileira está “muito além do jardim de sua própria existência”, tendo em vista as oportunidades de, através da tecnologia da comunicação, ver suas demandas de cidadania contempladas através de um setor que nasceu e sempre esteve ocupado para servir a interesses de uma classe. Aponta-se, com isso, a necessidade de encarar as questões da comunicação digital com a mesma importância das outras demandas. Principalmente porque a TV digital - e em

---

<sup>4</sup> Paulo Lustosa, secretário executivo do Ministério das Comunicações, em entrevista para matéria publicada no O Estado de São Paulo na edição *on line* de 10 ago. 2004. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br>>. Acesso em: 20 ago. 2004. É interessante verificar que ele repete as palavras do diretor técnico da Rede Globo, Fernando Bittencourt, que esteve à frente dos testes comparativos dos sistemas de televisão digital.

<sup>5</sup> Resultados de experiências realizadas pelo Laboratório de Interatividade da Politécnica da USP, em consórcio com outras universidades, que foi apresentado ao público durante o I Fórum Nacional das TVs Públicas, realizado em maio de 2007, em Brasília.

<sup>6</sup> Aqui citamos, entre outras, as (*cross-media*) Revistas Telaviva, PayTV, o site do FNDC, do CPqD, que têm mantido a pequena comunidade acadêmica interessada informada dos avanços sobre mídias digitais no Brasil e no mundo.



pouco tempo o rádio digital - vão permitir a interatividade e a produção de conteúdos por parte daqueles que, até então, vem sendo apenas receptores, vem sendo aqueles que apenas recebem as mensagens, sem o direito de também produzi-las. Além disso, a TV digital – com suas possibilidades de convergência entre os diferentes meios – permitirá atividades cidadãs como o envio de e-mails através da TV analógica que todos temos em casa, permitirá a educação a distância, assim como e-saúde e e-banco.

### **Para manter o jardim bem regado e florido**

O momento é propício para, mais uma vez, articular os movimentos sociais na perspectiva de pensar a comunicação social como direito humano, como uma questão básica para ascender a cidadania. Ao rever a história da televisão brasileira, percebe-se que a sociedade foi mantida longe dos processos de regulamentação das instituições midiáticas porque o tema sempre foi tratado como questão de Estado, ente que não pertence a ninguém individualmente, mas que é do coletivo, da sociedade à qual fazemos, apenas, parte. Desde a regulamentação dos serviços de distribuição dos sinais de TV por cabo (cabodifusão) 1995, são poucos os momentos nos quais a temática esteve presente na agenda social como se observa agora. Apesar das reduzidas vezes, o assunto não alcança o tamanho que merece, tendo em vista sua importância no cotidiano.<sup>7</sup> Outro exemplo, que não se trata da TV digital, mas do tema das concessões públicas, é que embora as empresas de comunicação tenham mostrado a medida do presidente venezuelano como autoritária (ao não renovar uma concessão que estava vencendo), os EUA – considerado o estandarte do modelo capitalista – nos últimos 10 anos, deixou de renovar quase 30 concessões de TV e nem por isso houve escândalo, “ameaça a democracia” ou interferências de outros governos sobre o tema.

Sinais de mobilização nesse sentido podem ser percebidos com a discussão que vem sendo travada pelos movimentos sociais desde o começo do processo de decisão da TVD. Assim como através da realização do I Fórum das TVs Públicas, realizado o período de 8 a 11 de maio em Brasília. O encontro organizado pelo Ministério da

---

<sup>7</sup> Os postos de recepção da imagem digital, durante a Copa do Mundo, exemplificam bem a mobilização que a mídia sobre o tema tem provocado. A idéia de mostrar a qualidade da imagem digital em alta definição da competição foi da Rede Globo. Para tal, montou salas de audiência em locais estratégicos das metrópoles, com a idéia de atrair investidores para a nova televisão. A proposta não deu certo, pois logo no primeiro jogo, a sala montada no Maksoud Plaza, um sofisticado hotel da região do Jardins paulistano, foi freqüentada apenas pelos funcionários que não puderam se afastar da empresa durante a partida, conforme relatou Daniel Castro em sua coluna Televisão, na Folha de S. Paulo em 15 de junho de



Cultura e pela Secretaria Especial de Comunicação da Presidência da República e convocado pela Radiobrás, pela Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABPEC) Associação das TVs Legislativas, Associação Brasileira das TVs Universitárias entre outras instituições não governamentais envolvidas com a radiodifusão.<sup>8</sup> Ele, que encerrou a série de discussões setoriais a respeito da implantação do SBTVD, deixou patente a demanda da sociedade em participar do processo, como vem ocorrendo através das discussões *on line* que englobam mais de 100 instituições e pessoas físicas. Essa atitude merece ser refletida à luz das experiências da comunicação alternativa, que marcaram as décadas de 1970 a 1990.

Naquela época, o fazer midiático alternativo encontrou apoio estratégico de importantes setores sociais, tendo em vista as condições políticas restritivas para a manifestação das opiniões divergentes ao governo. Por estar fora dos lugares tradicionais de produção dos meios e de ter financiamento oriundo de fontes individuais e voluntárias<sup>9</sup>, a mídia alternativa encontrou, na própria televisão, espaço para difundir seus conteúdos e preservar, de certo modo, a pluralidade de tipos e falas, características do país. Esse tipo de comunicação ainda encontra espaço nas TVs comunitárias de todo país, embora seja necessário recordar que esse canais comunitários podem ser assistidas por apenas 5% da população; ou seja por aqueles que possuem TV por assinatura.

A chegada da TV digital a partir de dezembro de 2007 amplia notadamente a capacidade de ocupação do espectro radioelétrico<sup>10</sup>. Isto é, haverá realmente mais espaço para a difusão de conteúdos, independente se forem de cunho educativo ou de entretenimento. Conteúdos que através da TVD terão oportunidade de dar continuidade ao pluralismo da nação. Vale recordar que a pluralidade de idéias e a democracia exigem aceitar as diferenças – inclusive por parte dos pesquisadores e intelectuais - sejam essas diferenças os programas religiosos, de diferentes tipos de esportes ou *reality shows*, já que é exatamente a pluralidade da oferta e de conteúdos que vai garantir o direito dos diferentes públicos elegerem suas área de interesse (CASTRO, 2006).

---

2006. (OBSERVATÓRIO DE IMPRENSA, 2006).

<sup>8</sup> O Ministério das Comunicações não está entre elas.

<sup>9</sup> Conta-se também com os movimentos de solidariedade de classe, comunidades eclesiais e movimentos ecumênicos que se direcionavam à preservação da vida e das liberdades democráticas.

<sup>10</sup> A tecnologia usada para a televisão digital exige, de imediato, que cada emissor possua quatro bandas, para a operação em alta definição e, ao mesmo tempo, manter a transmissão simultânea dos sinais analógicos e digitais por um período de dez anos no mínimo. Isso significa que cada estação terá mais três formas de exibir conteúdo.



Nesse momento é interessante lembrar de Martín-Barbero e Rey (2001), ao descreverem a televisão latino-americana: alertam para a necessidade da articulação social no processo que definirá a destinação do meio com as novidades da tecnologia contemporânea. É preciso repensar os cursos de comunicação, em conjunto com outras áreas de saber, é preciso pensar novos ofícios e expandir o pensamento para as condições já estabelecidas na convergência dos meios. Não é de estranhar que essas preocupações ainda estejam limitadas às academias e aos laboratórios de desenvolvimento de produtos para a comunicação a distância. Afinal, essas modificações são recentes, assim como as tecnologias que as envolvem. Pensar a comunicação como um todo, como produção de conteúdos para celulares, para TV digital, para rádio digital, para computadores, para Hi-pods em separado ou em conjunto significa praticamente construir novos saberes e fazeres no momento em que estão sendo desenvolvidos.

### **Considerações Finais**

Os 57 anos de televisão na América Latina, cujo pioneirismo cabe ao Brasil, ofereceram um modelo de negócio calcado nas bases do oligopólio restrito, muito próximo do monopólio, tendo em vista o reduzido número de participantes do setor e ao extenso número de barreiras à entrada. (BOLAÑO, 2004) Mas é um modelo de negócio que funcionou no modo analógico, tanto no que diz respeito aos aspectos técnico, econômico como político.

Essa analogia é permitida ao verificar que a limitada faixa de ocupação do espectro radioelétrico destinada à televisão; o alto custo operacional, a complexidade para financiar a produção e a permeabilidade dos interesses econômicos e políticos na implantação do meio, dão suporte à existência de uma espécie de “lugar reservado” para a ação de poucos investidores, isto é, aqueles que têm capital para montar e sustentar o cotidiano da emissora. Algo que a TV digital, apoiada por políticas públicas que colaborem com as TVs públicas – leia-se TVs educativas, legislativas, universitárias e comunitárias – poderá reverter, abrindo espaço não apenas para os produtores de conteúdo independentes, mas também para as pequenas empresas de comunicação e para as parcerias com as comunitárias, que oferecem um sentido colaborativo na construção da notícia e do processo comunicativo.

Esse modo analógico do negócio, entretanto, começa a ganhar novos contornos ao se deparar com a multiplicação de canais para difusão de conteúdos e de aparelhos receptores, gerados a partir da digitalização e convergência dos meios de comunicação.



Além disso, a própria legislação em vigor está prestes a ser reestudada com a participação de diferentes grupos sociais, uma vez que a diferenciação conceitual entre telecomunicação e radiodifusão obrigatoriamente deverá ser rediscutida a partir da análise das possibilidades da convergência tecnológica. O novo e o diferente provocam a perda de referenciais para compor os próximos cenários midiáticos, assim como novos paradigmas e terminologias que vão muito além do campo da comunicação.

A leitura paralela dos roteiros proposta no início do trabalho demonstra o quanto essas histórias (a da TV analógica e da TV digital) são coincidentes no seu desenvolvimento e ilumina a carência de guias seguras para a entrada no ambiente digital da radiodifusão, já que há pouco mais de 50 anos a chegada da TV analógica também revolucionou mercados, culturas e costumes sociais.

Apesar da falta de referentes para definir o modelo da implantação-operacionalização da TV digital no Brasil, existe uma pauta de trabalho a ser assumida pela academia, mas levando em consideração que este é um trabalho para ser desenvolvido de forma transdisciplinar:

1. desenvolver corpo teórico sobre as tecnologias de informação e comunicação, especialmente no que diz respeito a terminologias e uso de paradigmas;
2. repensar os cursos de comunicação, de acordo com as novas necessidades;
3. incrementar ações que resultem na “alfabetização digital” de todos aqueles que vão usar os meios de comunicação do século XXI. Assumir essa atitude política é um dos sinais rascunhados durante o processo que provocou o I Fórum Nacional das TVs Públicas e a demonstração de que há disposição para experimentar o novo com a responsabilidade da crítica e do aperfeiçoamento as relações sociais.

### **Referências Bibliográficas e Sites**

BANCO DE DADOS. **Disputas entre corporações midiáticas**. São Leopoldo: CEPOS, 2004.

BARBOSA FILHO, André. **Mídias digitais**. Convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005.

BOLAÑO, César R. **Mercado brasileiro de televisão**. 2ª ed. São Paulo: PUC/UFES, 2004.



CASTRO, Cosette et alli. Cartografia Audiovisual Brasileira – um estudo qualitativo sobre Cinema e TV em 2005 (relatório completo). Disponível em [sbtvd.cpqd.com.br](http://sbtvd.cpqd.com.br) (www). Acesso em junho de 2007.

CASTRO, Cosette. **Por que os Reality Shows Seduzem as Audiências?** São Paulo:Paulus, 2006. Alvaro – troca o ano no texto. Coloquei 2003, mas lembrei que falei disso no livro do ano passado.

CASTRO, Daniel. Copa digital da Globo tem baixo público. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=385ASP016>>. Acesso em: 10 mai. 2007.

MOTA, Regina. Os desafios da TV digital no Brasil. In BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette; TOME, Takashi. **Mídias digitais**. Convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005. p. 199-223.