

As Transformações no Cenário Midiático Brasileiro

o olhar da universidade e de outros atores sociais sobre as
tencologias digitais



Cosette Castro (org.)

Índice

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Introdução – Cosette Castro | 02 |
| Lista de Siglas..... | 06 |
| <u>1º Capítulo</u> | |
| Mídias Digitais e Universidade | 08 |
| A Disputa pelas Mídias Digitais e o seu Conteúdo , Laurindo Leal Filho..... | 09 |
| Mídias Digitais e Educação: um espaço a ser construído, Cosette Castro e André Barbosa Filho | 20 |
| Políticas de Comunicação no Governo Lula - o caso da TV digital terrestre, César Bolaño e Valério Brittos | 35 |
| Reflexões sobre a Convergência Midiática, Suely Fragoso | 48 |
| Relações Sujeito-Tempo nos Diários <i>Online</i> : o “armazenamento de agoras”, Gustavo Fischer | 56 |
| <u>2º Capítulo</u> | |
| Mídias Digitais na Sociedade Civil | 66 |
| Políticas Públicas de Comunicação e Inclusão Digital, Sergio Murilo | 67 |
| TV Digital – Canalização ou Sociedade, Alexandre Kieling | 78 |
| <u>3º Capítulo</u> | |
| Políticas Públicas para Mídias Digitais | 93 |
| O Cenário da Convergência - as inovações no modelo de negócio com a implementação da TV e do Rádio Digital, André Barbosa Filho | 94 |
| Panorama Mundial da TV Digital Terrestre, José Martin Rios e Ricardo Benetton | 109 |
| Sobre os Autores..... | 127 |

Introdução

Historicamente, as diferentes ciências pouco têm dialogado. Em geral, constroem seus saberes “de costas” para outras disciplinas. Além disso, as chamadas ciências duras ou as ciências sociais e humanas têm dedicado pouco espaço para descobrir pontos de proximidade. Ao contrário, praticam o exercício da diferença que, neste caso em particular, pouco ajuda na construção de saberes coletivos e transdisciplinares.

Por isso, encontrar interesses comuns entre os distintos campos de saber pode ser considerado uma grande conquista no mundo acadêmico. É exatamente isso (encontrar pontos em comum) que este trabalho tentou fazer ao reunir num mesmo Seminário especialistas de diferentes áreas para abordar – desde o ponto de vista teórico de cada um – as *Mídias Digitais*. Trata-se de uma iniciativa inédita, porque este primeiro Seminário Nacional realizado em 2005 deu ênfase à pesquisa social, trazendo para primeiro plano a inclusão social.

Nesse sentido, a proposta transdisciplinar colaborou muito para a organização teórica e prática do Seminário. A Transdisciplinaridade é vista aqui como multidimensional, multireferencial, oferecendo diferentes percepções da realidade, ou seja, permite uma percepção mais ampliada e unificadora do mundo. Isto porque ela diz respeito à dinâmica dos diferentes níveis de realidade e de pontos de vista sobre um objeto ou fato social. Como diz a Carta da Transdisciplinaridade (1994), exige o conhecimento de si e do outro, respeitando as diferenças e os diferentes olhares, pois não é apenas um método, mas um modo de ser, uma postura perante o mundo.

É bem verdade que nas universidades brasileiras esse é um tema ainda pouco discutido e raramente praticado. Este livro é um pequeno passo para mostrar a possibilidade da construção de uma teoria e de uma prática transdisciplinar que reúna diferentes saberes. Isso não significa que seja uma tarefa fácil. Uma postura perante o mundo que se afaste das certezas cotidianas pode convidar a novas descobertas, mas também pode provocar mal-estar.

As novas descobertas se refletem em geral em novos artigos, reflexões em conjunto ou mesmo pesquisas em parceria. O mal-estar pode ser observado em pequenos detalhes, como as críticas de alguns alunos, professores e pesquisadores das Ciências Humanas e

Sociais durante as conferências apresentadas pelos colegas das chamadas ciências duras (Engenharia, Física ou Informática). “Eles são muito pragmáticos. Têm pouca reflexão”. Do outro lado, alguns estudantes, professores e pesquisadores das ciências duras, ficaram impacientes com as longas apresentações contextualizadas histórico-econômica e socialmente pelos especialistas das áreas de Economia e Comunicação. “Para que tudo isso?”, perguntavam-se, ao escutar uma abordagem diferente da que estavam habituados. “Somos mais práticos”.

Observa-se nas duas formas de mal-estar enunciadas que o exercício da convivência com a diferença e com os outros é mais fácil quando se restringe ao campo discursivo impresso ou virtual, pois estamos (independente de quantificações) pouco acostumados a dar atenção e produzir sentido sobre discursos que sejam diferentes da linguagem que aprendemos, venha esta linguagem da vida cotidiana ou do campo do conhecimento que estudamos ou trabalhamos.

Isso não é de se estranhar. Somos estimulados a pensar o mundo desde um lugar, um ponto de vista e é difícil, num primeiro momento, aceitar outros pontos de vista que não estão relacionados com a nossas lógicas e certezas. Este é um dos desafios dos encontros transdisciplinares: encontrar os pontos em comum nas diferenças; aprender a escutar os outros e aceitar novas leituras sobre o mundo e as coisas. E, principalmente, aprender com a possibilidade de ver o mundo através de um caleidoscópio de idéias sem que isso seja sinônimo de fragilidade metodológica ou teórica.

Este livro – apresentado de forma virtual - é o resultado desses diferentes discursos e pontos de vista que circularam no 1º Seminário Nacional sobre *Mídias Digitais e Inclusão Social* realizado pela Fundação Padre Urbano Thiesen ¹. O encontro ² foi realizado nos dias 25 e 26 de maio de 2005, em diferentes lugares da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)³ e no centro de São Leopoldo a partir da proposta de levar a discussão sobre

¹ A Fundação Pe. Urbano Thiesen foi criada no ano de 1989 e sua principal mantenedora é a Universidade do Vale do Rio dos Sinos. A Fundação possui uma TV universitária (TV Unisinos) que entrou no ar em 2003, uma rádio FM voltada para os jovens (Unisinos FM), uma Produtora e em 2005 um Núcleo de Pesquisa em TV.

² O Seminário foi realizado pela Fundação Pe. Urbano Thiesen em parceria com a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), com o Centro de Estudos em Economia Política e Sociedade (CEPOS) do Curso de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos e com a Prefeitura Municipal de São Leopoldo. O evento recebeu apoio do Banco do Brasil.

³ A UNISINOS está localizada em São Leopoldo, município da grande Porto Alegre, Rio Grande do Sul, em uma região de colonização alemã.

Mídias Digitais para fora dos muros da universidade, estendendo-a também para a população. Nesses dois dias, 350 pessoas estiveram presentes aos debates, entre eles alunos de graduação, de pós-graduação, professores e pesquisadores e representantes de associações ligadas à sociedade civil de diferentes áreas. Nem a chuva que caiu sobre São Leopoldo e o frio invernal da noite de 26 de maio impediu que 50 pessoas participassem dos debates sobre as possibilidades de inclusão social a partir das chamadas mídias digitais.

O debate permitiu que pesquisadores e especialistas e representantes do governo federal discutissem publicamente pela primeira vez em caráter gratuito e aberto ao público o que é TV digital, quais as vantagens e conseqüências das novas tecnologias e da convergência digital para estudantes, profissionais e pesquisadores das diferentes áreas e, principalmente, para o dia-a-dia da população brasileira. Esses temas até então estavam restritos a um pequeno grupo de pesquisadores no país, aos grupos consultivos e ou deliberativos ligados ao Sistema Brasileiro de TV digital (SBTVD) ou organizações não-governamentais especializadas em Comunicação e novas tecnologias, como o Fórum Social pela Democratização da Comunicação.

Para consolidar e registrar o Seminário, solicitamos que cada participante escrevesse um artigo sobre o tema abordado⁴. Os pesquisadores Valério Brittos (Comunicação/UNISINOS) e César Bolaño (Economia/UF Sergipe), que fazem parte do Grupo de Estudos em Economia Política da Comunicação no Brasil e na América Latina decidiram escrever juntos suas reflexões sobre as mídias digitais, em particular a televisão. Eles não foram os únicos. Ricardo Benetton e José Rios, técnicos do CPqD (Campinas/SP) ofereceram um panorama da TV digital no mundo, onde é possível comparar diferentes modelos.

Em outro capítulo, o pesquisador Laurindo Leal Filho (Comunicação/USP) reflete sobre os conteúdos em tempos de tecnologias digitais e eu – Cosette Castro⁵ - discuto os novos rumos do Jornalismo e a preparação dos novos profissionais para um mundo de convergência digital. Já Suely Fragoso, Coordenadora do Programa de Pós-graduação

⁴ Apenas dois participantes não puderam estar presentes neste livro: o pesquisador Arthur Tógo (Coordenador do Curso de Pós-Graduação em Informática/UNISINOS) e o então (pelo menos até maio/2005) secretário do Ministério das Comunicações, Mauro Oliveira (Doutor em Informática pela Universidade Pierre et Marie Curie (Paris VI)).

⁵ Coordenadora do 1º Seminário Nacional sobre Mídias Digitais. Co-autora (com André Barbosa Fº e Takashi Tome) do livro “Mídias Digitais, convergência tecnológica e inclusão social” – Paulinas, 2005.

(Comunicação/UNISINOS), comenta sobre a convergência midiática e como ela vem se manifestando nos últimos anos.

Alexandre Kieling (Realização Audiovisual/UNISINOS) e Gustavo Fisher (Comunicação Digital/UNISINOS) oferecem aos leitores boas reflexões. De um lado, Kieling discute a diferenças entre pensar a comunicação como um processo ou como um sistema e como essa dicotomia tem aparecido nos estudos sobre TV digital no Brasil. E de outro, Fischer coloca sua atenção na proliferação dos *blogs* como forma de expressão jovem e popular através de Internet.

As propostas da sociedade civil foram apresentadas pelo presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), Sergio Murilo, como representante do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Trata-se de uma entidade sem fins lucrativos que reúne várias instituições brasileiras que discutem as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) e a democratização da comunicação. Como representante do Governo Federal, o Assessor de Políticas Públicas de Comunicação da Casa Civil, André Barbosa Filho - que discursou na universidade e para a comunidade de São Leopoldo, - apresenta as propostas das Políticas de Comunicação do Governo Lula para TV e a rádio digital. Vale recordar que nesse momento, em 2005, ainda engatinhavam os estudos sobre o padrão digital a ser definido no país.

Os autores acima citados dão uma rápida visão do caráter transdisciplinar deste projeto que agora se transforma em livro. Desejamos que os resultados destas reflexões colaborem para ampliar o debate sobre a consolidação da cidadania através das mídias digitais, da convergência tecnológica e da educação. Trata-se de temas que fortalecem a discussão sobre democratização, acesso e participação às novas tecnologias e principalmente, sobre os modos de estar, pensar e participar do mundo a partir das mídias digitais.

Para facilitar a compreensão, o livro foi dividido em três partes, embora os artigos e possam ser lidos separadamente. A primeira parte se chama **Mídias Digitais e Universidade**; a segunda parte contempla os textos elaborados pelos representantes da sociedade sob o nome **Mídias Digitais na Sociedade Civil** e a terceira parte abre espaço para as propostas do Governo Federal e se chama **Políticas Públicas para Mídias Digitais**.

Agradecemos a FENAJ e ao FNDC por tornarem pública esta proposta em suas páginas webs possibilitando que um público muito maior que os 350 participantes iniciais do 1º Seminário Nacional sobre Mídias Digitais possam conhecer, debater e multiplicar as análises e sugestões apresentadas.

Cosette Castro
Inverno de 2005

Lista de Siglas

Durante a leitura deste livro, há uma série de siglas que nem sempre são de conhecimento público, pois a cada nova tecnologia, novos saberes se tornam necessários. Para facilitar a leitura, listamos abaixo as siglas que aparecem com mais frequência:

ABTU – Associação Brasileira de TVs Universitárias

ABERT - Associação Brasileira das Empresas de Rádio e Televisão

ANCINAV - Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual

ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações

ATSC – Advanced Television Systems Committee. Nome dado ao consórcio de empresas norte-americanas, proprietário do modelo de TV digital terrestre homologado pelo Federal Communications Commission (FCC) para operar naquele país

CPqD - Fundação Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações

CCS - Conselho de Comunicação Social

DAB - Digital Audio Broadcasting. Sistema de rádio digital europeu desenvolvido a partir do projeto EUREKA-147.

DRM - Digital Radio Mondiale

DSR - Digital Satellite Radio

EDTV – Enhanced Definition Television. Definição estendida de TV digital que abriga no mesmo canal de frequência, emissões *broadcasting* e multiserviços.

EUREKA-147 – Nome dado ao consórcio público europeu de rádio digital

FENAJ - Federação Nacional dos Jornalistas

FNDC - Fórum Nacional da Democratização da Comunicação

FUNTTEL – Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações

FUST - Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações

ESTI - European Telecommunications Institute

GESAC – Governo Eletrônico - Serviço de atendimento ao Cidadão

HDTV - High Definition Television - TV de alta definição

IBOC - Sistema de rádio digital norte-americano In Band / on channel

I-BIQUIY – Empresa líder do consórcio proprietário de rádio digital que utiliza IBOC.

ISDB ou ISDB-T (terrestre) – Terrestrial Integrated Services Digital Broadcasting. Nome do modelo japonês de TV e rádio digitais

PDA - Personal Digital Assistant

PROINFO – Programa Brasileiro de Info-inclusão pelas Escolas

SBTVD - Sistema Brasileiro de TV Digital

SET - Sociedade de Engenharia de Televisão

SDTV – Standard Definition Television - Definição padrão/ padrão estandar de TV

URD - Unidade Remota Decodificadora; também conhecida como caixa conversora de sinais digitais ou terminal de acesso digital.

1º Capítulo:

Mídias Digitais e Universidade

A disputa pelas mídias digitais e o seu conteúdo

Laurindo Leal Filho⁶

Introdução

As mudanças tecnológicas são tão rápidas e minuciosas que nos levam cada vez mais à discussão sobre o detalhe, fazendo-nos esquecer da história mais ampla. É a velha metáfora da árvore no meio do bosque. O debate que se trava hoje no Brasil em torno do modelo de televisão digital a ser implantado gira, muitas vezes, em torno da árvore. Da floresta pouco se fala. Pretendo aqui recuperar um pouco desses momentos de transformação mais recentes, de suas relações com a sociedade brasileira de forma geral e de suas influências no humor e na ação dos grupos sociais mais diretamente envolvidos no tema. São mudanças que podem ser resumidas em três etapas identificadas de forma romântica, mas referidas à realidade fria da política e dos negócios: sonhos, dificuldades e esperanças.

Sonhos

Se pensarmos que entre a invenção da escrita e a impressão da Bíblia de Gutenberg passaram-se 6.500 anos e que, bastou pouco mais de um século para irmos da primeira conversa telefônica à criação de uma rede mundial de computadores, não resta dúvida que o deslumbramento diante das novas tecnologias chega até a ser justificável. E mais do que isso, se pensarmos no conforto desfrutável hoje pelas camadas médias e altas da sociedade, conseqüência das revoluções Burguesa e Industrial, podemos acreditar que a felicidade caminha pelos trilhos do avanço tecnológico. E assim caímos no mundo do sonho.

⁶ E-mail: laloleal@usp.br

Em relação ao nosso objeto amplo, a Comunicação e, em particular, a televisão, o risco de navegarmos nas nuvens da fantasia é imenso. A cada aplicação prática de uma nova invenção (telégrafo, rádio, cinema, televisão, Internet) surgem vozes anunciando o alvorecer de uma nova era, mais democrática e equilibrada. Fiquemos no exemplo mais recente, o da chegada da televisão por assinatura. Para muitos terminava ali a era da carência de oferta, representada pelo acanhado espectro eletromagnético, capaz de oferecer tráfego para menos de uma dezena de canais. Tratava-se de um mundo velho, superado pelas centenas de alternativas televisivas oferecidas por satélites e cabos, permitindo uma ampla escolha, capaz de atender a todos os gostos, expectativas e interesses. E mais, com a possibilidade desses desejos serem realizados a qualquer momento, primeiro graças aos gravadores de fita e, agora, ao armazenamento digital. Passa-se da televisão de fluxo para a televisão de estoque.

Respeitáveis pesquisadores no Brasil e no mundo incorporavam-se ao sonho da nova televisão plural e democrática construída sobre os pilares da tecnologia de ponta. Nos Estados Unidos, nos anos 1970, quando já se vislumbrava a expansão da TV por assinatura um colaborador da revista TV Guide, Neil Hickey, dizia ser “certo que os jovens de 20 anos de idade hoje irão preferir um ambiente de comunicações muito mais saudável e multifacetado a tudo que conhecemos... Finalmente o público será tratado em toda a sua variedade, potencialidade e dignidade, em vez de ser considerado um imenso rebanho de carneiros indecisos a ser entregue ao melhor arrematante” (Briggs e Burke, 2002: 277).

No Reino Unido, a expectativa era semelhante. Em 1982, o governo britânico decidiu investir na expansão da rede de fibras óticas dizendo em documento público que elas ofereceriam “um grande potencial ao país em seu movimento para o próximo século, tal como o realizado pela malha ferroviária no século anterior”. (Briggs e Burke, 2002: 277). Em ambos os países, a oferta de serviços televisivos foi realmente ampliada e sua recepção também cresceu diante da existência real de um amplo mercado consumidor.

No Brasil, sonhava-se de forma semelhante, num quadro sócio-econômico distinto. Em 1988, um pesquisador dizia que

“o papel de consumidor de imagens tende a desaparecer juntamente com o desenvolvimento, entre outros, da TV a cabo, do videotexto e do videocassete que permitem à audiência não só um largo espectro de opções como a interação com o veículo, estabelecendo, na prática, uma relação bidirecional. Por outro lado, estes avanços repercutem na mídia televisiva tradicional que se vê levada não apenas a sofisticar sua programação, como a desenvolver mecanismos alternativos de aproximação com o telespectador” (Almeida, 1988:15).

Com o distanciamento de quase vinte anos, é possível perceber o quanto de sonho havia na previsão. Sonho que, aparentemente, deixava de lado os dois fatores-chave determinantes para que ele se realizasse: as promíscuas relações entre os governos brasileiros e os concessionários de canais de televisão e o perfil de distribuição de renda existente no país. Não tocando neste segundo ponto, mas lembrando o primeiro, o estudioso e produtor de televisão, Nelson Hoineff dizia no início dos anos 1990 que “a ampliação dos meios de distribuição promove uma evidente democratização do acesso à televisão, que vai se refletir na sua forma e conteúdo” (Hoineff, 1991: 17).

Mas, depois, lembrava que a revista *Isto É/Senhor* havia relacionado 94 concessões de TV por cabo outorgadas “por critérios políticos, que incluíam até negócios oferecidos em elevadores ministeriais (...) Não é lícito esperar que o novo sistema de distribuição possa colaborar desta maneira para o aumento da participação da sociedade no direito de ter acesso à informação” (Hoineff, 1991:58). A preocupação era justificável e aludia as relações acima mencionadas que, desde o primeiro governo Vargas, estabelecem uma confortável troca de favores entre o poder político e o poder da radiodifusão. Em geral, os primeiros privilegiam determinados grupos econômicos com a concessão de canais e, em troca, recebem apoio oficial.

O segundo obstáculo – e talvez o mais dramático – à realização do sonho diz respeito à renda do brasileiro. É sua distribuição que impede o acesso da maioria da população às novas tecnologias. A televisão comercial aberta reina soberana nesse mercado, resistindo sem muito abalo, à televisão por assinatura, por exemplo. Com forte poder de atração, ela está presente em mais de 90% dos domicílios brasileiros, atuando quase sem nenhuma concorrência. É brutal a desigualdade em relação aos outros meios: a televisão fechada gira

em torno de 3 milhões e 600 mil assinantes (quando de sua implantação a expectativa era de 10 milhões de assinantes no ano 2000), os jornais tiram em todo o Brasil algo como 6 milhões de exemplares diários, 18 milhões de pessoas têm acesso à internet, as revistas semanais vendem 1 milhão e meio de cópias, menos de 1% da população vai ao cinema (não chega a 200 o número de municípios com salas de exibição). Tirando a TV aberta, os outros meios de comunicação atingem, no máximo, 15% da população brasileira o que, com boa vontade representa 30 milhões de pessoas num universo de 180 milhões de habitantes. São 150 milhões que só têm a TV aberta e o rádio como janela para o mundo e não tem nenhuma disponibilidade de recursos para consumir outro produto de comunicação.

Dificuldades

Explicitado esse dado estrutural, voltemos ao outro obstáculo imposto à concretização do sonho e aqui já estamos no terreno das dificuldades. As íntimas relações existentes entre governos e empresários da radiodifusão fazem com que o poder destes últimos não sofra grandes abalos. Qualquer mudança no *status quo* é muito difícil, mesmo quando governos um pouco mais preocupados com a concentração de poder nas mãos da televisão, mexem-se no sentido de relativizá-la.

Não é por acaso que a Revista *Tela Viva* em sua edição de março de 2005 abre a matéria de capa pedindo ao leitor para imaginar “uma novela sem fim, cujo enredo muda a cada ano. Essa acaba sendo, na percepção geral dos ‘telespectadores’ que estão fora dos estúdios, a visão sobre como está a definição do sistema (e principalmente do modelo) de TV digital que será adotado no Brasil. O último fim prometido da novela da TV digital era o dia 10 de março (de 2005), prazo dado pelo Decreto 4.901, de 2003, para que o Comitê de Desenvolvimento de Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) apresentasse à sociedade um modelo de referência. Mas há muito se sabia que esta data era apenas formal e que dificilmente seria cumprida. Tanto que já existe um novo prazo, 10 de dezembro de 2005, para que as pesquisas sejam concluídas” (Possebon e Mermelstein, 2005:14).

Assim como os sonhos, as dificuldades também não são novas. A luta pelo controle privado da comunicação eletrônica no Brasil confunde-se com sua própria história. Talvez só escapem os anos iniciais do rádio (entre 1923, data de fundação da pioneira Rádio Sociedade do Rio de Janeiro e 1931, ano do Decreto nº 21.111 que regulamenta a publicidade no rádio, tornando o veículo comercial), onde sonhadores como Roquette-Pinto e Henrique Morize acreditavam que ele poderia funcionar como sociedade ou clube de ouvintes, longes dos interesses econômicos e políticos.

No mais, a hegemonia foi sempre dos que entendem o rádio e, depois a televisão, como negócio privado, ainda que operando num espaço público. Cabem alguns exemplos históricos que apresentam contornos semelhantes à atual disputa em torno do modelo de televisão digital. Um dos mais significativos diz respeito à elaboração, tramitação e aprovação pelo Congresso Nacional da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962 que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações. Grupos empresariais se organizaram para influir na formulação do projeto de lei e na sua aprovação no Congresso Nacional. O presidente João Goulart tentou corrigir a excessiva liberalidade da lei – que em tudo beneficiava os interesses privados – e vetou 40 dos seus artigos. Todos os vetos foram derrubados em plenário o que demonstra de um lado as dificuldades vividas por aquele governo ainda bem antes do seu fim e, de outro, o poder dos empresários da radiodifusão que, embalados por essa vitória, viriam pouco depois constituir a Associação Brasileira das Empresas de Rádio e Televisão (ABERT).

Dificuldades semelhantes ocorreram na elaboração da Constituição Federal de 1988. Entre as várias comissões temáticas constituídas para formular propostas durante a Assembléia Constituinte, apenas a de Comunicação Social não conseguiu concluir os seus trabalhos por absoluta falta de consenso. Ao final, a nova Carta avançava no sentido de garantir uma série de direitos sociais aos cidadãos, mas se imobilizava no capítulo da Comunicação Social ao atender às pressões dos concessionários de emissoras de rádio e televisão. Isso fica patente com a aprovação do parágrafo 2º do Artigo 223 ao dizer que “a não renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal”. É peça de ficção pensar em um deputado ou senador dando um voto aberto contra a renovação da concessão de uma poderosa emissora de TV.

Novas dificuldades surgiram antes, durante e depois da aprovação da chamada Lei do Cabo, a Lei nº 8.977 de 6 de janeiro de 1995. Em relação a outros embates, este talvez tenha sido o de melhores resultados para os que defendem uma maior pluralidade dos serviços de televisão. Pressão da sociedade organizada conseguiu garantir que os operadores fossem obrigados a oferecer canais de serviço público destinados à comunidade, ao poder Legislativo, às universidades e às informações e programas educativo-culturais produzidos por órgãos do Executivo. Mas o apoderamento dos demais canais mostrou a força do poder empresarial concentrado. Só a Rede Globo possui uma operadora e cinco canais de TV a cabo. Reproduziu-se no setor o modelo concentracionista da TV aberta.

E um exemplo mais recente: nos últimos dois anos do segundo governo Fernando Henrique Cardoso aumentaram as queixas da sociedade em torno da qualidade dos programas veiculados pela TV aberta. Como resposta o Ministério da Justiça fez reiterados apelos no sentido de obter dos concessionários um código de auto-regulamentação capaz de estabelecer parâmetros em relação aos conteúdos da programação. As respostas variaram das evasivas ao desprezo. Nem mesmo foi lembrado o código elaborado no início dos anos 1990 pela já citada ABERT que, se aplicado, resultaria numa televisão de melhor qualidade para o Brasil.

No governo Luis Inácio Lula da Silva tímidas iniciativas de regular o setor foram bombardeadas pela quase totalidade da mídia obrigando recuos nos projetos de criação da Agência do Cinema e do Audiovisual (Ancinav), do Conselho Federal de Jornalismo e dos canais institucionais previstos para operar sob gestão dos municípios brasileiros. Ao mesmo tempo, nunca houve - desde as articulações empresariais de 1962 já mencionadas - um tamanho empenho dos radiodifusores em ocupar os pequenos espaços criados pelo Estado para discutir e possivelmente modificar o modelo de radiodifusão existente no país.

No âmbito do Legislativo capturaram o Conselho de Comunicação Social (CCS), órgão auxiliar do Congresso Nacional, impondo através de manobras junto aos parlamentares uma folgada maioria comprometida com seus interesses. No Executivo, estão presentes e atuam de forma articulada - e muitas vezes agressiva - no conselho criado no âmbito do Ministério da Justiça para tratar da classificação etária dos programas de televisão e no Comitê de Desenvolvimento do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD).

Preparam-se agora para desenvolver ação semelhante junto ao grupo de trabalho formado para elaborar um projeto de lei para a tão prometida e nunca promulgada Lei de Comunicação Eletrônica de Massa.

Estão aí alguns exemplos das dificuldades de se mexer nessa verdadeira caixa-preta de privilégios em que se transformou a radiodifusão no Brasil. Esses referenciais datados servem como escadas para que possamos subir nas árvores tecnológicas e do alto delas enxergar o processo histórico mais amplo. Trata-se, na verdade, de uma longa luta pelo controle das comunicações eletrônicas, que já dura quase oito décadas. É a disputa entre negócio e serviço público que, mais uma vez, se repete nas discussões sobre o modelo de TV digital.

Ao vislumbrarmos essa história mais ampla nos confrontamos com as peculiaridades de um país que pulou do escravismo para o capitalismo e, sem ter vivido o feudalismo e uma revolução burguesa, está às voltas com o neoliberalismo imposto de fora. É uma sociedade onde os alicerces econômicos e sociais são frágeis, com repercussão nas idéias, na cultura e na ética. Esse fosso histórico que poderia até ser fértil, se viesse a projetar soluções originais para a o funcionamento do país, tomou rumo inverso aprofundando desigualdades e tornando o Brasil “mera província do capitalismo mundial” (Ianni, 2000:57), como bem definiu o sociólogo Octavio Ianni, em um dos seus últimos livros.

O mesmo fosso pode ser observado na regulação da radiodifusão. Nos defrontamos agora com uma realidade tecnológica cada vez mais complexa sem que nunca tenhamos tido uma lei que desse conta de situações muito mais simples. A tarefa agora é mais difícil. Se viéssemos fazendo como os ingleses que, praticamente, a cada cinco anos atualizam a sua lei de radiodifusão, não teríamos tantos problemas. No entanto, por força do poder dos radiodifusores, nunca pudemos ter uma lei que tratasse apenas do rádio e da televisão com a seriedade que o setor necessita e, de repente, somos forçados a nos deter sobre uma legislação que dê conta do funcionamento e da inter-relação entre TV digital, telefonia celular, tecnologias IP⁷, das formas de produção dos conteúdos e de sua distribuição, entre tantas outras necessidades.

É um desafio e tanto.

⁷ N. E.: *Internet Protocol*.

Esperanças

O quadro traçado até aqui tem como objetivo evitar falsas esperanças diante do advento da televisão digital. Infelizmente nos últimos anos vozes se levantaram para repetir – até com mais força – as mesmas ilusões sonhadas nos final dos anos 1980 em relação à TV por assinatura. Uma delas – a mais repetida – acredita que com centenas de canais à disposição do público o problema da qualidade da programação estaria superado, tal a diversidade de opções oferecidas. Haveria de tudo um pouco, para todos os gostos e os empresários estariam livres das críticas aborrecidas da sociedade. Se tal afirmação não for simplesmente ingênua ao não levar em conta os argumentos aqui apresentados, ela deverá ser definida como conivente com os interesses dos que defendem a imutabilidade da atual situação.

Como vimos às vésperas da chegada da televisão por assinatura ao Brasil, também com o sistema digital essas vozes ecoam com posições semelhantes às defendidas no exterior. A digitalização - ao se apresentar como capaz de dar nova forma a todos os tipos de circulação e armazenamento das informações, como uma eficiência nunca vista - cria em torno de si uma aura que acaba ofuscando e desviando a atenção de sua essência, o conteúdo.

Daí a necessidade da constante correção de rumo no sentido de manter a esperança viva, mas com pés no chão. Briggs e Burke já lembravam que “embora a digitalização de todas as formas de conteúdo tornassem possíveis muitas coisas novas, ela não acabava com os antigos problemas de conteúdo. Maior número de canais realmente significava maior número de opções? Não estavam cada vez mais mostrando a mesma coisa?” (Briggs e Burke, 2002:273). As indagações se davam em torno da expansão do número de emissoras de rádio em FM e de TV a cabo. Se um maior número de forças sociais não se empenharem no sentido de levar a implantação da TV digital a novos rumos, essas questões voltarão a ser feitas brevemente.

Sem dúvida na área da Comunicação, o governo Lula apresenta algumas iniciativas que abrem espaço em direção a esses novos rumos. Basta lembrarmos que até o final do governo anterior a discussão se dava apenas em torno do sistema tecnológico de televisão

digital a ser implantado no Brasil: o japonês, o estadunidense ou o europeu. Um debate impulsionado pela ABERT e pela Sociedade de Engenharia de Televisão (SET) e depois conduzido pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). De conteúdo não se falava...

A disputa entre os três modelos praticamente imobilizou o processo e inviabilizou os prazos de escolha (2003) e implantação (2004) dados pela agência. E colocou por terra a expectativa do presidente Lula de assistir a Copa do Mundo de 2006, a ser realizada na Alemanha, pelo sistema digital junto com todo o país. Mas, por outro lado, propiciou um tempo necessário para que novos atores entrassem em cena. O Ministério das Comunicações retoma a condução do processo e incorpora às questões técnicas, preocupações com a produção e o uso da nova tecnologia. Toca no nervo sempre exposto dos radiodifusores: a necessidade de uma legislação que saia das amarras tecnológicas e dê conta da questão social. É tudo que eles não querem.

No entanto os tempos mudaram e eles têm que se defrontar com organizações dispostas a não permitir que se faça com o Sistema Digital o que foi feito com a radiodifusão no início dos anos 1960, onde a lei passou longe dos interesses mais gerais da sociedade. Os primeiros debates no âmbito da Câmara de Conteúdo do Conselho Consultivo do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) apontam nessa direção, mas não refreiam a compulsão conservadora dos radiodifusores. No primeiro encontro,

“a ABERT entregou documento que, na prática, questiona o poder do Sistema de Televisão Digital de alterar o status quo da TV atual. Basicamente, o documento afirma que o Conselho Consultivo não pode tocar em questões como o rádio digital, a TV paga digital e a convergência da TV aberta com as telecomunicações. (...) Foi interessante notar que houve praticamente um consenso contrário à Abert. Ficou claro que ela atua para não mudar nada”⁸.

Um dos novos atores desse processo é o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Desde 2003, a entidade vem alertando para o fato da discussão no

⁸ Trecho de relato da primeira reunião da Câmara de Conteúdo do Conselho Consultivo do Sistema Brasileiro de Televisão Digital, realizada em Brasília no dia 4 de maio de 2005, elaborado pelo conselheiro Gustavo Gindre.

Brasil estar centrada na questão tecnológica em detrimento dos conteúdos. Sendo admitido no Conselho Consultivo do SBTVD, o Fórum pode dar curso as suas preocupações e apresentou um documento muito bem fundamentado onde analisa criticamente o texto “cadeia de valor” divulgado pelo Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD)⁹ .

A discussão toma novos rumos. O embate está deflagrado. Mantido o quadro atual de abertura à participação no processo de organizações não comprometidas com o *status quo*, a esperança floresce. Não mais sob a inspiração restrita das novas tecnologias e sim sob a submissão delas ao jogo político mais geral no qual devem prevalecer os interesses majoritários da Nação. As pequenas frestas abertas pelo governo já permitiram oxigenar o ambiente, até então sufocado por décadas de controle absoluto dos comerciantes da radiodifusão. Resta saber se as portas se escancararão para toda a sociedade.

Entra em jogo aí a questão chave da forma de controle do rádio e da televisão. É ela que, em última análise, determina o conteúdo. E se essa começa a ser uma preocupação presente ao debate, o seu enfrentamento não será feito sem termos definições claras sobre a desconcentração da propriedade dos meios de comunicação, das formas e dos períodos de concessão dos canais, dos atributos de produção e emissão conferidos às empresas, da garantia legal e de recursos para o acesso da sociedade aos meios de uso público e da formulação e regulação de uma grade geral de programação diversificada e equilibrada que dê conta da variedade dos gostos e interesses existentes no país. Além disso, é necessária a garantia de um número significativo de canais reservados às emissoras públicas em geral e, especificamente, a uma rede nacional de televisão pública forte e generalista.

Tais definições devem ser tomadas no âmbito do debate em torno da elaboração do projeto da nova Lei de Comunicação Eletrônica de Massa, sem dúvida, um campo de batalha que começa a se formar e que será o mais conflituoso de todos os conhecidos até aqui. Nele poderá ser reforçado o modelo discriminador atual ou se gestará uma nova

⁹ A íntegra do documento está em www.fndc.org.br

hegemonia no campo da Comunicação Social no Brasil. Tudo dependerá da força que terão os grupos em disputa .

Se a tecnologia sozinha, comprovadamente, não democratiza nem eleva o padrão da qualidade televisiva, ela pode – neste momento – contribuir para uma mudança profunda no padrão de acesso e controle da radiodifusão brasileira. Ao colocar o governo, os empresários e a sociedade em geral diante de um fato consumado, a nova tecnologia impõe a todos decisões políticas que, de outra forma, seriam postergadas. A esperança, ainda que cautelosa, é que a TV digital venha se constituir numa oportunidade única para desencadear um processo real de democratização da radiodifusão brasileira. Ou, pelo menos, contribuir para o avanço dessa luta.

Referências Bibliográficas, Hemerográficas e Sites:

ALMEIDA, C.J.Mendes. *Uma nova ordem audiovisual*. São Paulo: Summus, 1988.

BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. *Uma história social da mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

HOINEFF, Nelson. *TV em expansão*. Rio de Janeiro: Record, 1991.

IANNI, Octavio. *Enigmas da modernidade-mundo*. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 2000.

POSSEBON, Samuel e MERMELSTEIN, André. “Longe do Fim”. In: *Revista Tela Viva*, Ano 14, nº 147, Março de 2005, São Paulo.

www.fndc.org.br . Acesso em maio de 2005.

Mídias Digitais e Educação: um espaço a ser construído

Dra. Cosette Castro
Dr. André Barbosa Filho¹⁰

*“Por la comunicación pasa no sólo la reproducción de la sociedad;
pasa también la innovación, la creatividad, la subversión”*
Jesús Martín-Barbero, 2003

Introdução

Gostaríamos de começar esta reflexão lembrando a importância de discutir algumas questões pertinentes às novas formas de comunicação que se manifestam principalmente entre os jovens, entre elas às mensagens de texto usadas nos celulares¹¹ ou o Messenger (MSN), os *blogs* e *fotoblogs*, em Internet¹² e, que em pouco tempo, estarão disponíveis no Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD). Eles ainda estão longe do cotidiano do chamado mundo dos adultos, mas fazem parte do dia-a-dia da classe média e alta que se encontra entre os 13 e 35 anos. A maior parte desses adolescentes e jovens possui celular – embora de cartão¹³ - e acessa Internet¹⁴ pelo menos uma vez ao dia. Em tempos de convergência digital, é possível ler em Internet versões de diferentes jornais *online*, escutar a rádio preferida, fazer os deveres, jogar, buscar dados no servidor predileto e ainda estar no MSN, conversando com amigos de diferentes partes do mundo - com ou sem contato visual, através das câmeras digitais - tudo ao mesmo tempo.

São tempos de novas sociabilidades e sensibilidades que vêm se ampliando desde o começo do século XXI. Novas formas de comunicar-se, de estar e sentir o mundo, como já

¹⁰ E-mails: cosettecastro@hotmail.com e abarbosa@planalto.gov.br .

¹¹ Também conhecidas como torpedos.

¹² Cabe lembrar que os modelos digitais mais recentes de celulares (GSM) incluem o uso de Internet e seus diferentes recursos.

¹³ A modalidade pré-pago é a de maior número no país, chegando a quase 70 milhões dos 90 milhões divulgados pela Agência Nacional de Telecomunicações divulgados em 2006.

¹⁴ Dados de abril de 2005 divulgados na mídia mostram que os brasileiros são os que mais tempo permanecem em Internet: uma média de 19 horas/ mês. Trata-se da média mais alta do mundo.

disseram Jesús Martín-Barbero (2001) e Guillermo Orozco (2002)¹⁵. Para além das possibilidades das mídias digitais acima citadas, ou da TV, do rádio e mais recentemente do celular enquanto espaço midiático¹⁶, o que se observa são novas formas de comunicar, divulgar, produzir e perceber o mundo, que colaboram para modificar as noções de tempo¹⁷, espaço¹⁸, fronteiras¹⁹, sociabilidades²⁰ e, inclusive, linguagens.

Sobre as modificações na linguagem, não só os torpedos no celular ou o MSN estão colaborando para o desenvolvimento de outras formas de comunicação. A convergência digital aponta para algumas mudanças de linguagem que, a médio e longo prazo, deverão ser objeto de reflexão pelos pesquisadores das Ciências Sociais e Humanas. O caso mais sintomático pode ser observado desde 2005 no Brasil através do canal 61, o Telecine 1, da TV por assinatura a cabo NET, onde semanalmente a partir das 23h, é exibido um filme com legendas em linguagem de MSG. Ou seja, ao invés de ler a palavra *você*, o público vai ler na legenda a abreviatura *vc*; ou no caso da palavra *quando*, ela aparece abreviada como *qdo*, e assim por diante, modificando – e reduzindo - radicalmente a língua

¹⁵ Tanto Barbero como Orozco tratam deste tema inicialmente para referir-se a televisão e as novas formas de sociabilidades, mas em tempos de Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC's) é possível realizar essa análise a partir do uso das mídias e da convergência digital.

¹⁶ O celular que está migrando da área das telecomunicações para a comunicação coletiva e midiática. Na Coreia, em 2005 começou a ser exibida a primeira novela feita para celulares.

¹⁷ Para Manuel Castells (1999:460), o sentido de tempo linear, que é marcado pela irreversibilidade e que pode ser mensurável, está sendo fragmentado pela sociedade das redes. Ele desenvolve o conceito de tempo *intemporal*, que é “a mistura dos tempos para criar um universo eterno que não se expande sozinho, mas que se mantém por si só, não cíclico, mas aleatório, não recursivo, mas incursor. O autor fala ainda de tempo dilatado, oferecendo uma noção de presente eterno, como se fosse possível suspender o tempo, caracterizando uma nova temporalidade não mais linear, mas dilatada.

¹⁸ Sobre o espaço, Castells (1999:436) vai dizer é o “suporte material das práticas sociais de tempo compartilhado”. Essas práticas estão organizadas em fluxos – de capital, de informação, de tecnologias”. Esse espaço de fluxos se contrapõe a noção de espaço de lugares, que são os espaços físicos territorializados e articulados a partir de lugares com identidades específicas, como os shoppings ou as igrejas. Gostaríamos de acrescentar que a noção de tempo e espaço perdeu a rigidez anterior porque as pessoas e organizações passaram a comunicar-se em tempo real, assim como a receber e trocar informações também em tempo real. A noção de espaço também modificou-se. A sociedade em rede permitiu “estar” em outro local sem sair de casa, através de videoconferências, permitiu receber notícias de qualquer lugar do mundo em tempo (quase) real, permitiu “brincar” com a realidade virtual e descobrir as possibilidades da hipermídia, principalmente no que diz respeito ao campo cultural. Sem dúvida, não deixamos de reconhecer que esse são processos reduzidos a participação de um grupo reduzido de pessoas e que ainda não se tornou universal.

¹⁹ Sobre a mudança das fronteiras, ler a obra de Nestor García Canclini.

²⁰ Hoje as crianças, adolescentes, jovens e adultos conhecem outras crianças, adolescentes, jovens e adultos de várias cidades do seu país ou do mundo através de Internet, mas em geral, não conhecem o seu vizinho de porta, ou os moradores da mesma rua. Paulo Reyes relata no apêndice de seu livro *Quando a Rua Vira Corpo* (2005) a resposta de um adolescente de 14 anos quando questionado sobre quem havia conhecido através de Internet. “Todo mundo da minha rua”.

portuguesa. Em pouco tempo, os chamados incluídos digital e tecnologicamente poderão assistir os filmes da NET em outros suportes tecnológicos, que não a tradicional TV analógica que temos em casa. A classe média e alta brasileira poderá assistir aos filmes também pela Internet, pela TV digital ou desde qualquer outro lugar fora de casa²¹, desde que possua um celular digital.

É possível dizer que mudou o próprio tempo comunicativo, assim como o papel dos sujeitos sociais que utilizam computadores e Internet. Seja através da interconexão, da multimediação, da integração das linguagens e da formação de novas linguagens entre as comunidades sociais²², ampliando as possibilidades imediatas de comunicação não presenciais.

Caminhamos em direção a uma sociedade, diz Martín-Barbero (2003:107) onde a divisão social não vai passar apenas por possuir ou não objetos, mas por possuir conhecimentos e de saberes. “As tecnologias hoje são um lugar de batalha estratégica para redefinir o futuro das sociedades: se vamos deixar que realmente as maiorias fiquem desconectadas ou vamos começar a lutar no campo estratégico das novas destrezas mentais que estão relacionadas às tecnologias”. Diríamos que mais do que a conexão, é preciso preparar os profissionais da Comunicação e a sociedade para participar e produzir conteúdos, a partir da realidade que vivenciam, assim como é preciso prepará-la para o uso das novas tecnologias.

Como lembrava Manuel Castells (1999), o mundo estará dividido entre os *interatuantes* e os *interatuados*. Ou seja, aqueles capazes de selecionar seus próprios circuitos de comunicação multidirecionais e aqueles a quem se direciona um número limitado de opções pré-prontas. Este será o grande divisor de águas entre incluídos e excluídos no uso das Tecnologias de Comunicação (TIC's); entre os que apenas recebem informações e os que poderão contestar a elas de forma interativa, através de pesquisas,

²¹ O que vai modificar a noção de assistir TV como algo pertencente à esfera doméstica, já que o celular permite mobilidade e deslocamento.

²² Sobre o tema há interessantes trabalhos que analisam o uso da rede *Orkut* como participação em comunidades virtuais, dos *blogs* e *fotoblogs*, como forma de identidade, assim como o uso dos *torpedos* e de novas formas de escrita na Internet e telefones celulares. Tais trabalhos discutem as novas formas de sociabilidades através do uso de Internet.

formação de redes ou ainda produção de conteúdos para as novas mídias levando em consideração a convergência digital.

Ainda no começo do século XXI, o pesquisador catalão (2002), apontava a incapacidade do sistema educativo tradicional em introduzir os estudantes nesta nova sociedade, porque para isso, além de estrutura financeira, seria preciso estimular uma cultura da inovação²³ e uma forte identidade, como motor da sociedade. Uma mudança que pode ser observada mais facilmente entre os jovens, mas com mais dificuldade entre os professores, acostumados a suas certezas e saberes tradicionais.

Quando se trata da Sociedade da Informação, Lucía Castellón e Oscar Jaramillo (2005) lembram que a universidade perdeu o monopólio do conhecimento e o professor deixa de ser a única fonte de sabedoria e informação, pois os alunos participam de outras comunidades que fornecem diferentes informações saberes e formas de relacionar-se com o mundo, como é o caso do *Orkut* ou dos *blogs*, uma nova versão dos diários que saíram do âmbito privado para serem compartilhados publicamente em Internet.

Como se não bastasse, existe uma brecha entre a informação e o conhecimento que não está sendo preenchida nem levada em consideração pelo sistema educativo. Trata-se do fato de algumas disciplinas do nível universitário – independente do fato de fazerem parte (ou não) da convergência midiática - não conseguirem produzir sentido para os estudantes. Além de não compreender o conteúdo apresentado, os jovens sequer conseguem aplicar a sua vida cotidiana o instrumento ou conhecimento apresentado.

Dito isso, cabe refletir sobre a relação das questões (rapidamente) acima expostas com os cursos de Comunicação Social, em especial o ensino de Jornalismo. Trata-se de uma preocupação premente para nos prepararmos – estudantes, professores e pesquisadores - antes que as mídias digitais e a convergência digital deixem de ser uma notícia vinda dos outros países para fazer parte da nossa realidade, como citamos no começo dessa reflexão.

²³ Cultura da inovação compreendida, segundo Castells (2000:65) como um “sistema criativo de corte artístico que realize performances ou outro tipo de manifestações baseadas nas formas”. O autor usa como exemplo o sistema de inovação finlandês do Ministério da Educação daquele país que está desenvolvendo uma ação estratégica para que, em 2007, a Finlândia domine a indústria de produção de conteúdos para celulares através da pesquisa e inovação universitária, já que o país é líder na produção de equipamentos de telefonia celular.

Em conferência realizada em Montevideo em 2003, Jesús Martín-Barbero vai além da preocupação com um ou outro curso específico. Ele questiona qual é a função da universidade, principalmente quando se trata de passar a juventude menos favorecida os novos saberes, as novas linguagens, as novas escrituras, “que os filhos dos ricos tem por osmose porque há um computador em sua casa, e aprendendo a jogar, aprendem a ler, a navegar, a construir textos”. Segundo o autor espanhol que adotou a América Latina como sua pátria,

*“Ahí hay un desafío de fondo, y por ahí pasa la diferencia entre haber pasado de ver televisión a poder comprar un televisor. El computador es otra cosa. Si tú sabes mínimamente lo que vas a buscar, vas a encontrar montones; pero si no sabes, no vas a encontrar nada. Hay que saber llevar preguntas al computador. Un computador no es un televisor; es otra cosa. Es la revolución de la escritura más grande desde la invención de la imprenta. La escritura es una revolución radical”.*²⁴

Martín-Barbero está correto em afirmar que a responsabilidade da inclusão social e digital diz respeito à universidade como um todo, em termos de estratégia e desenvolvimento de novos saberes e espaço de mercado para seus alunos, mas no caso deste trabalho, nos limitaremos a falar do Curso de Comunicação, mais especificamente do de Jornalismo e as modificações que vêm sofrendo e deverá sofrer num curto prazo de tempo. Principalmente ao observar que no Brasil há 210 cursos de Comunicação, 10 mil professores e 100 mil alunos, sendo que 70% destes fazem parte de universidades particulares²⁵.

Em tempos de mídias digitais, os jornalistas passam a ser algo mais do que um profissional qualificado para escrever ou falar textos informativos, interpretativos ou opinativos. Eles têm a possibilidade de transformar-se - mais do que em *tradutores do acontecimento* - em *mediadores sociais*, colaborando na construção coletiva e democrática de notícias. Mas correm o risco de se transformarem apenas em profissionais multimídia, não só porque está cada vez mais difícil separar as fronteiras entre as diferentes mídias, como por, muitas vezes, não levarem em consideração a responsabilidade social da profissão que exige mais do que informação, exige a possibilidade de reflexão, compreensão e interpretação sobre o mar de notícias que recebemos diariamente.

²⁴ Op. Cit. 112.

²⁵ Dados de 2003.

De um lado, a universidade ainda não parou para dar atenção às mudanças que se aproximam rapidamente e que exige um novo perfil profissional. De outro, as empresas de Comunicação – independente de suporte tecnológico que utilizam - vêm exigindo que seus profissionais enviem matérias multimidiáticas, particularmente no caso de grandes coberturas. Isso vem acontecendo pelo menos desde 2004 quando muitos jornalistas ao fazerem coberturas passaram a enviar boletins para o rádio AM e FM, para a TV aberta e por assinatura (caso tenha), matérias para a agência de notícia, para o jornal impresso e para o jornal *on line*, do mesmo conglomerado de comunicação, sem que isso signifique acréscimo salarial ²⁶.

E o que nós, professores e pesquisadores estamos ensinando nas faculdades de Comunicação em tempos de mídias digitais? De que forma os alunos estão refletindo sobre as novas tecnologias? E como estão sendo preparado para o novo modelo de negócio (digital) que se avizinha?

Infelizmente, a realidade das redações digitais de radio, TV e jornal não vêm sendo discutidas nas salas de aula e ainda seguimos ensinando Jornalismo para o modelo analógico sem sequer colocar na pauta dos futuros profissionais as possibilidades de convergência digital ou a construção de conteúdos para celulares, TV digital, rádio digital e Internet ou para todos esses diferentes suportes tecnológicos ao mesmo tempo, porque os professores e pesquisadores ainda não estão preparados para tais mudanças. Isso não acontece por acaso. Na maior parte dos casos, professores e pesquisadores – como nós ou você - viemos de uma cultura impressa e analógica e é difícil mudar saberes já solidificados por outros que sequer dominamos, como por exemplo pensar conteúdos midiáticos para TV, celular e Internet ao mesmo tempo. Por outro lado, na sala de aula, encontramos não apenas estudantes cada vez mais jovens, mas principalmente alunos que já nasceram em meio a uma cultura audiovisual e dominam a linguagem das novas tecnologias.

Isso não significa deixar de ensinar sobre os meios de comunicação tradicionais, pois eles servem de base para pensar novas linguagens, como aconteceu, por exemplo, nos anos

²⁶ Esse tema por si já mereceria um artigo sobre o jornalismo e o mundo do trabalho no século XXI, mas isso terá de ser desenvolvido em outra ocasião. Sobre o tema ver artigo “O Jornalismo nos conglomerados Globais: prestação de serviço e entretenimento”, de Virginia Silveira Fonseca, publicado na revista da COMPÓS em 2005.

50 no Brasil, na chegada da TV, quando a narrativa televisiva foi baseada no modelo do rádio. Sobre as novas (e convergentes) linguagens, ainda há um longo caminho a percorrer, como mostra a indústria criativa no Reino Unido ou na Finlândia. Mas não podemos ficar sentados esperando as experiências dos outros países²⁷, pois eles tampouco estão parados. Senão, corremos o risco de que aconteça o mesmo da TV por assinatura, onde a produção nacional, passados 16 anos de seu começo, não chega a 5% do total da programação.

Em tempos de mídias digitais e convergência entre Internet, TV, rádio e celulares – que já deixaram de ser apenas telecomunicação para pertencer ao campo da Comunicação – muitos estudantes e profissionais ainda acreditam no mito da objetividade. Esquecem que todos falamos a partir de um lugar no mundo, a partir de valores e (pré) conceitos e nem todos chegam a refletir sobre a questão dos discursos, lembrando que os discursos – inclusive o jornalístico, não é neutro. E isso não muda e nem vai mudar com a chegada das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC's). O profissional de Comunicação – permitam-nos chamá-lo apenas jornalista, já que sua atividade é cada vez mais multimídia – deve tentar mostrar a verdade da forma mais imparcial possível, mas não pode ser ingênuo a ponto de acreditar que ele (jornalista) está acima de tudo e de todos e que seu discurso, assim como o discurso da ciência, é neutro. Faz parte da responsabilidade dos profissionais da Comunicação, enquanto mediadores sociais, ter uma noção clara do lugar no mundo desde onde falam ou escrevem e a que interesses defendem, independente do suporte tecnológico ou da empresa em que trabalhem.

Este é um ponto essencial para refletir sobre o lugar do profissional da Comunicação na sociedade, pois já não é possível pensar essa mesma sociedade sem a mídia e os processos comunicativos que ela permite. Além disso, não é possível pensar a Comunicação como algo separado, como pretendem equivocadamente alguns especialistas, mas sim em constante diálogo com as demais Ciências, entre elas as Ciências Sociais. Com as TIC's e a convergência digital ocorre uma hibridização das fronteiras entre os conhecimentos, produtos e formatos, entre as práticas profissionais, entre as teorias e as práticas, assim como aparecem sobreposições de linguagens e novas lógicas comunicacionais, que comentamos anteriormente. Nesse sentido, professores e

²⁷ A Coreia, por exemplo, já disponibilizou a primeira novela dirigida para quem usa celular digital.

pesquisadores precisam se preparar para a inevitável transformação que se aproxima, caso contrário corremos o risco de não acompanhar as novas lógicas comunicacionais de adolescentes e jovens estimulando mais uma brecha, desta vez de característica geracional.

Teoricamente, uma das mudanças mais importantes é a transformação da proposta de Comunicação que, pensada desde Aristóteles, requer pelo menos três elementos: fonte – mensagem – destinatário. Com a chegada das mídias digitais, da convergência e da interatividade, um novo elemento pode ser agregado a esse modelo milenar. Agora passa a existir a possibilidade de quatro elementos no processo de Comunicação : o campo da produção – a mensagem – o campo da recepção e o campo do retorno interativo, onde o diálogo se torna possível, assim como a participação dos públicos com suas diferentes culturas e concepções de mundo. Mais do que a interatividade que já conhecemos no rádio tradicional, esse espaço cresce em proporções ainda desconhecidas se pensarmos nas possibilidades da interatividade da rádio, da TV digital , dos jornais e revistas *online* e dos celulares.

Em se tratando de jornais e revistas *online*, já existem experiências nos EUA e no Japão de jornais locais que estão abrindo suas páginas aos leitores antes da edição final, permitindo que eles critiquem e até proponham mudança na abordagem das matérias. Até pouco tempo, esse espaço para o leitor sequer era cogitado, mas atualmente o que as empresas de Comunicação buscam, para aumentar seu lucro e espaço social, é aumentar a participação dos públicos, inclusive abrindo mão de algumas prerrogativas até então jornalísticas. A experiência norte-americana que vem sendo chamada de *jornalismo participativo* exige uma nova maneira de olhar a Comunicação, pois reduz sensivelmente o poder (simbólico) do autor sobre a matéria. Além disso, reduz o poder (sem sempre simbólico) dos Jornalistas sobre a informação e a forma de contá-la através da mídia.

Também aparece nos EUA e no Japão uma outra experiência transformadora em termos de Jornalismo, o chamado Jornalismo em Código Aberto (*Journalism Open Source*) e que vem funcionando em páginas de notícias na Web. Neste caso, existe um jornalista que atua como mediador social e coloca várias notícias num determinado *site* informativo. No decorrer do dia, as pessoas (públicos) que tiverem outras informações sobre aqueles temas podem ir agregando novos dados, colaborando na construção e ampliação da notícia

e na reflexão sobre os acontecimentos. Caso alguém coloque uma informação falsa na página, não poderá mais participar do grupo e construir coletivamente as notícias.

Esta é uma experiência de Jornalismo dialógico e participativo, onde todos podem construir o conhecimento e as notícias, que só tivemos ocasião de observar, antes de Internet, na América Latina dos 70/80 (até começo dos anos 90). Isso aconteceu através de algumas atividades de Comunicação alternativa e popular, quando a construção de produtos midiáticos foi pensada *de, para e com* as populações, mas naquele tempo não existia internet e tampouco existia a possibilidade de interatividade em tempo real.

Por isso mesmo vale a pena lembrar a origem etimológica da palavra Comunicação, que vem do latim *communis* e significa tornar comum, repartir, partilhar, estabelecer comunhão. Ou participar de comunidade, mesmo que seja virtual, interativa e – ainda – restrita a pouco mais de 14 % da população que possui Internet em casa²⁸. O pesquisador Antonio Pasquali difere Comunicação e informação. Ele afirma que a Comunicação está ligada ao diálogo entre produção e recepção, enquanto a informação é uma relação mecânica, unilateral, onde não há preocupação com o diálogo entre os campos da produção e da recepção. Nesse sentido, as mídias digitais e a convergência tecnológica podem possibilitar uma relação comunicacional dialógica democrática e participativa, porque permitem não apenas a interatividade em diferentes níveis, mas vão muito além disso. Permitem também a construção de conhecimentos e notícias, deslocando o tradicional papel do Jornalista como o “tradutor” dos acontecimentos para as “massas”. Com as mídias digitais, os diferentes públicos podem construir ou desconstruir seus próprios conteúdos e programas, disponibilizando-os gratuitamente (em sistema aberto) na Internet, nos celulares, nas rádios e TVs comunitárias, ou na versão digital dessas mídias.

As TIC's não apenas modificam as rotinas produtivas dos meios de comunicação com a chegada de novos equipamentos e programas. Elas também reduzem funções, criam novos ofícios e reduzem a idade dos profissionais que circulam nas redações e áreas técnicas e utilizam tecnologia digital. Elas ajudam a transformar o que compreendemos por comunicação e por informação, a ponto de muita gente confundir o excesso de

²⁸ Este número sobre para 26% quando pensamos que o número de pessoas que tem acesso a Internet em outros locais, que não em casa.

informações circulantes²⁹ com estar conectado com o mundo. Ou pior, acredita que comunicação e informação possuem o mesmo significado, esquecendo – como comentamos acima – que comunicação significa a possibilidade de diálogo e de partilhar informações.

A educação para as mídias não podem ser vistas apenas no âmbito universitário. Ela deve começar desde cedo. Se voltarmos às propostas de Comunicação popular, alternativa e mais recentemente da chamada Comunicação Comunitária, será possível observar que ainda há muito trabalho pela frente. Isto porque partimos do pressuposto que a educação para a cidadania inclui a educação *para e sobre* os meios de comunicação, independente dos suportes tecnológicos que utilizem para toda população.

Se nos anos 70/80, as propostas de Educação para os Meios se dirigiam em geral para o público adulto, com a chegada das Tecnologias de Informação e Comunicação mais do que nunca se faz necessário incluir a leitura crítica da comunicação e a educação para os meios como políticas públicas estratégicas tanto na área da Comunicação como da Educação, assim como dos grupos teóricos que pensam e refletem sobre Comunicação. Desde esse ponto de vista, é preciso pensar a Comunicação e a Educação para os Meios como um direito humano³⁰ e por isso deve ser acessível às crianças desde a tenra idade.

Quando nos referimos a “tenra idade”, queremos dizer que o ensino e o debate sobre Comunicação deve começar na educação primária, passando pela secundária e continuar na universidade, independente do curso escolhido - Pedagogia, Medicina ou Informática. Ou seja, trata-se de um debate que se inicialmente começa em sala de aula, devendo se multiplicar dentro de casa, entre os colegas, no trabalho e na rua, sem se restringir aos estudantes ou profissionais da Comunicação.

A Comunicação enquanto direito humano está relacionada ao acesso às novas tecnologias, a possibilidade de participação e construção de textos midiáticos, mas basicamente inclui a possibilidade de compreensão sobre o que é, como funcionam e se estruturam os meios de comunicação, sejam eles impressos, virtuais, analógicos ou digitais.

²⁹ Diríamos que se trata muito do mesmo, pois em geral os grandes conglomerados apresentam a mesma abordagem / enfoque sobre um tema, em diferentes veículos de comunicação ou suportes tecnológicos.

³⁰ A proposta da Comunicação como um direito humano vem sendo defendida pela sociedade civil organizada que participou das reuniões prévias do Encontro Mundial da Sociedade da Informação e do próprio Encontro que aconteceu em novembro de 2005, em Tunis, assim como é defendida por entidades como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Sobre o tema, ver livro editado pela Ong Rits em 2004: *Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação – um tema de tod@s*.

Todos teremos de exercitar, em diferentes níveis, a discussão sobre os meios de comunicação para além do senso comum sobre a telenovela; sobre esse ou aquele programa de entrevistas ou auditório, ou sobre o último e mais comentado *reality show*. Falar sobre a programação inclui também o debate sobre os gêneros nos diferentes meios - gêneros que cada vez estão mais híbridos; significa conhecer a função de cada programação e compreender por que com a convergência digital a noção de programação perde o seu valor, assim como conhecer a quem pertence cada veículo de comunicação para entender porque escolheu *uma* ou *outra* fonte para entrevistar, ou porque construiu uma notícia dessa ou de outra maneira.

Neste estudo, a Comunicação é vista como um processo, que inclui todas as partes do processo comunicativo e não apenas uma parte deles. Até pouco atrás, quando falávamos em todas as partes do processo de comunicação, evocávamos o modelo produção – mensagem – recepção; contudo, em tempos de mídias digitais e convergência digital, esse modelo se tornou insuficiente. Como comentamos anteriormente, é preciso pensar mais além. Em tempos de mídias digitais, foi incluído um quarto elemento no processo de comunicação: a interatividade. Trata-se de uma interatividade que ultrapassa as possibilidades de resposta, pois permite construir e desconstruir programas e ampliar o papel dos diferentes públicos, agora também pensados como construtores de conteúdos³¹.

Uma base digital interativa pensada desde o campo da comunicação dialógica³² deve contemplar as complexidades inerentes aos âmbitos da produção e da recepção e ser arquitetada dentro de um projeto horizontal e participativo que contemple as audiências. Caso contrário, corre o risco de ser desenvolvida apenas sob o propósito tecnológico de instrumentalizar os diferentes públicos com aplicativos interativos. Corre também o risco de gerar somente meios técnicos para uma relação pseudo-dialógica em tempo real, sem considerar os conflitos de poder, desejos e interesses presentes em um discurso que se pretende completo, como o discurso midiático³³. Eis aqui um bom desafio a ser superado para construir e desenvolver projetos de produção de conteúdos desde um

³¹ Há dois anos 40 jornais norte-americanos estão realizando experiências de aproximação com seus leitores. Uma delas é abrir suas páginas *online* antes do jornal seja editado para que os leitores opinem sobre as matérias que serão publicadas. A noção de leitor, neste caso, muda radicalmente.

³² No sentido dado por Mickail Backtin em *Marxismo e Filosofia da Linguagem*.

³³ Todo o discurso, mesmo o midiático se pretende completo. Mas segundo Freud, nenhum discurso logra esse objetivo.

ponto de vista democrático que realmente pensem a inclusão digital e a valorização cidadã contemplando o ponto de vista e as necessidades dos diferentes públicos.

Este processo não está dado. É um longo caminho a ser traçado, principalmente quando se leva em consideração à dificuldade encontrada em muitas pesquisas (dentro e fora da esfera comunicacional) que pensam o campo da produção, esquecendo-se do âmbito da recepção. Somar estas questões às peculiaridades sociais, regionais e culturais é a fórmula que reúne premissas elementares para desenvolver a concepção de interface entre o controle remoto, a TV (aberta e por assinatura³⁴), os celulares, e a Internet sem esquecer o rádio. Uma interface que compreenda aplicações realmente interativas e abra caminho para a definição de novas linguagens e conteúdos digitais. Por esta razão, a questão da produção de sentido e a pesquisa em recepção são estratégicas em qualquer projeto que pense o modelo digital a partir do ponto de vista dos sujeitos envolvidos³⁵.

O que significa isso?

Significa testar se a teoria realmente funciona na prática desde sua concepção, isto é, com a participação dos sujeitos sociais não apenas como objetos de pesquisa, mas como sujeitos na construção do conhecimento. Nele, os públicos, com suas diferentes necessidades e realidades, servem de fonte, assim como podem ser eles mesmos os construtores de outras linguagens que não sejam iguais as dos modelos tradicionais. Obviamente, isso não significa ignorar os gêneros³⁶ e formatos já conhecidos que dão resultado em termos de audiências e como valor de negócio, no caso da TV. Significa dar um passo além, respeitando as audiências e estudando as necessidades e interesses dos distintos públicos. A partir de premissas teóricas e éticas, o desenvolvimento de novas interfaces deverá ser elaborado com um olhar transdisciplinar. Isso significa envolver a Comunicação, a Computação, a Engenharia e áreas afins para conjugar usabilidades eficientes e conteúdos para os diferentes públicos, escolham eles utilizar a TV ou o rádio

³⁴ TV a cabo, a MMDS e DTH.

³⁵ Como foi comentado com mais detalhes no trabalho “Conteúdos para TV Digital – navegando pelos campos da produção e da recepção”, publicado no livro *Mídias Digitais, Convergência e Inclusão Social*, publicado pelas Ed. Paulinas (2005).

³⁶ Gênero não pode ser observado aqui desde um ponto de vista fechado, porque hoje cada vez mais os gêneros televisivos se misturam. Já não se pode mais falar em gêneros puros, pois a ficção se mistura à realidade, como é o caso das telenovelas brasileiras, e a realidade se mistura à ficção, como é o caso dos telejornais, com suas simulações ou uso do infografismo.

digital, a Internet ou os celulares. Desta perspectiva, os atores sociais não serão tratados como objeto, mas como sujeitos que também poderão construir conteúdos.

No caso específico do modelo brasileiro de TV digital, a criação de serviços, aplicações e conteúdos entendendo os diferentes públicos como sujeitos poderá agregar ainda novas maneiras de comercialização de conteúdo - inclusive publicitário - para as emissoras. Elas poderão disponibilizar o *T-commerce* (comércio eletrônico pela TV, já utilizado por alguns canais por assinatura) e o *T-Banking* (serviços bancários realizados pelo monitor da TV). O sistema de dados da TV faz ainda com que o aparelho substitua em boa parte o computador, já que permite baixar diferentes conteúdos como músicas, jogos, programas de software, jornais e filmes, desde uma TV tradicional conectada a um conversor digital. Nele existe a possibilidade dos sujeitos sociais aprenderem a construir conteúdos para a TV digital a partir de sua própria realidade.

Quanto ao rádio digital, há uma ampla gama de possibilidades para quem possui um computador e acesso à banda larga, criar ou (re) criar programas já existentes. Não se trata apenas de melhorar a qualidade do som, como propõem as empresas do setor, mas colaborar para que também as rádios comunitárias, universitárias e educativas possam usufruir das novas tecnologias utilizando, por exemplo, arquivos abertos compartilhados, ou mesmo de que cada pessoa possa criar a sua programação diferenciada para o seu grupo de amigos.

Também os celulares representam um mundo ainda a ser descoberto, embora os finlandeses, os britânicos, os coreanos e os japoneses, principalmente, já estejam desenvolvendo conteúdos que vão além da oferta da programação de TV do sistema aberto ou por assinatura, ou das rádios AM e FM disponibilizadas através dos celulares GSM³⁷. Cada vez mais a convergência digital bate a porta dos sujeitos sociais. E mesmo que atualmente se restrinja a porta das classes altas e médias, ao ser colocado em prática o SBTVD o acesso as TIC's, ao menos no Brasil, chegará aos lares da maior parte da população, seja através de telecentros comunitários, dos celulares de cartão, ou mesmo através da TV analógica e da caixa de conversão em sua versão popular para o modelo

³⁷ Desde 2005, a VIVO anunciou a disponibilidade de seus clientes assistirem alguns programas da Globo e da Bandeirantes, assim como ver compactos de partidas de futebol, ainda que não sejam em tempo real. Também na França, uma empresa de celular anunciava a possibilidade de seus clientes utilizarem 26 canais de TV através do celular.

digital. O importante em tudo isso, é ter claro como estaremos nos preparando para as novidades que ainda estão por vir e como vamos preparar as próximas gerações.

Para encerrar esta reflexão, gostaríamos de deixar um desafio e uma pergunta: *Como poderemos pensar a inclusão social a partir de convergência digital, pensando desde a sociedade civil, a academia e as políticas públicas?* As respostas ainda não estão dadas, mas como contribuição, deixamos algumas sugestões:

- **Na Universidade:** formação dos professores para as novas tecnologias digitais;
- mudança curricular com a participação dos professores e pesquisadores;
- desenvolvimento de novas habilidades que contemplem as TIC's e a convergência digital;
- fomento a pesquisas sobre desenvolvimento de conteúdos voltados para a convergência digital;
- criação de cursos de graduação que sejam transdisciplinares; que trabalhem e reflitam sobre mídias e convergência digital, desde diferentes perspectivas, integrando Comunicação, Filosofia, Informática e Engenharia, por exemplo;
- criação de laboratórios experimentais transdisciplinares voltados para o desenvolvimento de conteúdos direcionados as TIC's e a convergência digital;
- estímulo a pesquisas de caráter social que fomentem a produção de conteúdos nas diferentes comunidades, a partir de sua realidade;
- estímulo ao desenvolvimento de profissionais multimídias que atuem como mediadores sociais;
- estímulo a pesquisas que levem em consideração o campo da recepção e onde a Comunicação seja pensada como um processo;
- incentivo ao Jornalismo *open source*;
- estímulo a rádios e TVs universitárias para serem utilizadas como espaços comunitários que ofereçam às audiências arquivos de imagem, sons e dados compartilhados.
- **Na sociedade:** Desenvolvimento de ações que estimulem o acesso e a participação nas mídias digitais;
- estímulo à democratização dos meios e a diversidade das informações;

- estímulo à produção de conteúdo midiático em comunidades carentes como espaço de preservação da identidade, ampliação da auto-estima e possível geração de emprego, garantindo espaços que onde possam divulgar essa produção;
- incentivo a participação e/ou produção de conteúdos para Jornalismo *open source* .
- **Políticas Públicas:** geração de políticas públicas de Comunicação e Educação que contemplem a educação para os meios – independente do suporte tecnológico utilizado – desde a tenra idade;
- fomento as rádios comunitárias digitais, assim como as rádios universitárias e educativas como forma de expressão cidadã, onde os atores sociais possam construir e desconstruir programas;
- uso das TVs educativas como espaço comunitário que ofereçam as comunidades arquivos de imagens, som e dados compartilhados;
- incentivo ao desenvolvimento de uma indústria criativa regional e local, para produção de materiais de informação e entretenimento voltados para a convergência digital.

Referências Bibliográficas, Hemerográficas e de Sites

BRAMBILLA, Ana Maria, *Webinsider*. Texto disponível na página www.webinsider.com.br. Acesso em 20 de novembro de 2004.

BARBERO, Jesús Martín. Conferencia na Universidad de la República. IN: UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA. *Comunicación y Universidad*. Montevideo: Ed. Universidad de la República, 2003.

BARBOSA Fº, André, CASTRO, Cosette, TOME, Takashi (orgs.) . *Mídias digitais, Convergência e Inclusão Social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

CASTELLÓN, Lucía e JARAMILLO, Oscar. “Los Desafíos de la Educación Superior en la Sociedad de la Información”. In MELO, José Marques *et al* (orgs). *Sociedade do Conhecimento – aportes latino-americanos*. São Bernardo do Campo: UESP, Cátedra da Unesco, 2005.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Redes*. São Paulo: Paz & Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel; HIMANEN, Pekka. *El Estado Del Bienestar y la sociedad de la Información*. Madrid:Alianza, 2002.

- FONSECA, VIRGINIA. “O Jornalismo nos Conglomerados Globais: prestação de serviço e entretenimento”. In: *Revista COMPÓS*. Abril de 2005, p. 02-18. Disponível em www.compos.com.br/e-compos , acessada em 10 de maio de 2005.
- LIMA, Paulo H. e SELAIMEN, Graciela. *Cúpula Mundial sobre a sociedade da Informação – um tema de tod@s*. Rio de Janeiro: Fundação RITS, 2004.
- MELO, José Marques *et al* (orgs). *Sociedade do Conhecimento – aportes latino-americanos*. São Bernardo do Campo: UMESP, Cátedra da Unesco, 2005.
- REYES, Paulo. *Quando a Rua Vira Corpo*. São Leopoldo:Ed. Unisinos, 2005.
- UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA. *Comunicación y Universidad*. Montevideo: Ed. Universidad de la República, 2003.
- WOLF, Mauro. *Teoria da Comunicação de Massa*. Lisboa: Editorial Presença, 1994.
- www.obervatoriodeimprensa.org.br. Acesso em 15 de maio de 2005.
- www.ibge.gov.br. Acesso em 10 de Janeiro de 2005.

Políticas de Comunicação no Governo Lula:

o caso da TV digital Terrestre (TDT)

César Ricardo Siqueira Bolaño³⁸
Valério Cruz Brittos³⁹

Introdução

A eleição de Luis Inácio Lula da Silva para a Presidência do Brasil em 2002 veio carregada de expectativas de mudança em diferentes áreas, entre elas a das Políticas Nacionais de Comunicação. O Governo anterior promoveu importantes alterações no setor de telecomunicações, privatizando e liberalizando o sistema, mas nada fez para mudar a situação histórica de concentração dos meios de comunicação no país. Não houve, durante todo o período do Governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC), tentativa alguma de modernização dos instrumentos de regulação das comunicações, tão reconhecidamente importante para o desenvolvimento hoje, apesar das boas intenções do Livro Verde da Sociedade da Informação. No caso da TV digital terrestre (TDT), perdeu-se uma oportunidade histórica de acordo com a China, enquanto o Governo procurava barganhar a adoção de um dos padrões hegemônicos em troca de contrapartidas em outros setores. O Governo Lula tem uma visão mais adequada a este respeito, a qual, no entanto, não parece ainda, como deveria, apontar para a construção da Política Nacional de Comunicação de que o país carece, como reconhece a bibliografia brasileira em Economia Política da Comunicação.

Estes processos incluem-se no período atual do capitalismo, caracterizado pela mudança do papel do Estado, que se afasta da atividade econômica direta, alterando e redirecionando a regulamentação, na linha de fortalecimento dos mercados, com base em privatizações e desregulamentação. Há também retrocesso das medidas governamentais de distribuição da renda; declínio da produção em massa, em favor de estratégias de

³⁸ E- mail: bolano@ufs.br
val.bri@terra.com.br

segmentação que se adequam à tendência de exclusão; terceirização e flexibilização geral, referida tanto à maior liberdade de movimento do capital, especialmente financeiro. Isso ocorre graças às políticas econômicas neoliberais, quanto ao emprego (quebra da rigidez da relação de trabalho, redundando em perda de direitos e precarização), produção (sistemas mais versáteis, como o *just-in-time* e o conjunto das inovações de processo conhecidas como “modelo japonês”) e consumo (com estratégias que visam a sua maior dinamização por parte da população incluída).

As Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC's) têm um papel fundamental neste panorama, permitindo a troca ágil de informações, a maior eficiência empresarial e a diversidade de bens produzidos pelas firmas. Este novo arranjo capitalista começou a delinear-se na década de 1970 e substituiu o que prevalecia desde o final da Segunda Guerra Mundial, caracterizado pela produção e consumo de massa, gestão planejada da economia pelos monopólios públicos e privados, forte intervenção estatal na atividade econômica, proteção da relação de trabalho, modelos administrativos rígidos e atuação corporativa centralizada e vertical.

A onda de liberalização penetra no conjunto dos setores econômicos, com ênfase nas comunicações em geral, conforme se atesta por fenômenos como permissão de ingresso de capital estrangeiro, viabilização técnica de maior quantidade de canais (de TV aberta e por assinatura) e abertura ao mercado, o que, mais raramente, inclui privatização, nos países de tradição de radiodifusão estatal. A globalização e o neoliberalismo desafiam o ente estatal, que perde poder frente aos capitais, mas não o tornam imparcial, aproximando-o, ainda mais, dos interesses dominantes, reforçando o caráter de barreira à entrada exercido pela regulamentação e contribuindo para a oligopolização dos mercados.

Não obstante, a cooperação entre Estado e capitais processa-se num nível intenso, mas não único, na medida em que a construção da hegemonia requer negociações e incorporação de demandas populares. É por isso que, embora até há pouco desvalorizadas pelo mercado e o mundo acadêmico, ainda é possível projetar políticas públicas comunicacionais viáveis no interior das dinâmicas de hegemonia e contra-hegemonia. No caso de um aparato técnico do porte da televisão digital, sua introdução deve ocorrer numa teia que considere as potencialidades quanto à incorporação de

agentes e conteúdos não-hegemônicos, espaço para propostas educativas e condições para geração de empregos e tecnologia própria, numa discussão aberta a centro e periferia social, pois todos os grupamentos serão afetados.

O capitalismo global

A inovação tecnológica desempenha uma função primordial na reestruturação do capitalismo, estimulando, ademais, o consumo, permitindo o funcionamento sincronizado de mercados e acelerando a transmissão de informações. Este processo de lançamento constante de avançados recursos tecnológicos, desencadeado na década de 70 do século XX e viabilizado pelo desenvolvimento da microeletrônica, imbrica-se com as próprias alterações no interior do capitalismo, em que a dinâmica tecnológica está ligada à globalização e à adoção de políticas de liberalização e privatização. As transformações não se limitam a mudanças de ordem tecnológica, mas atingem o conjunto do modo de regulação do setor das comunicações em nível mundial. Em especial no caso do audiovisual e das telecomunicações, esse movimento se traduziu num processo generalizado de desregulamentação, re-posicionamento do Estado, constituição de novas formas e instâncias de regulação, internacionalização e incremento da concorrência internacional.

Neste período, ou na passagem da modernidade para a pós-modernidade, conforme Hardt e Negri (2001), configura-se uma nova forma de soberania, o Império. Ele não estabelece um centro territorial de poder, nem se baseia em fronteiras ou barreiras fixas, por se constituir em um aparelho de descentralização e desterritorialização, o qual gradualmente incorpora o mundo inteiro dentro de suas “fronteiras abertas e em expansão”. “O Império administra entidades híbridas, hierarquias flexíveis e permutas plurais por meio de estruturas de comando reguladoras. As distintas cores nacionais do mapa imperialista do mundo se uniram e mesclaram, num arco-íris imperial global”.⁴⁰ Neste arranjo, a paz universal é mantida nas condições do permanente estado de exceção que caracteriza o arranjo de poder sustentáculo do Império, legitimando o poder de polícia dos EUA, o que determina o seu caráter crítico.

Cada vez mais os Estados-nação perdem importância econômica e política, ao mesmo tempo em que o planeta todo se divide em dois: o mundo da integração e o da exclusão.

⁴⁰ HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Império*. São Paulo: Record: 2001, p. 12.

Mesmo afastado da intervenção direta no processo econômico, tal como se dava no período longo de crescimento anterior do capitalismo, o Estado preserva em geral e sofisticada sua função de, através da regulamentação, abrir espaço para a atuação dos capitais. Com isto, a idéia de livre fluxo mercantil da informação e da comunicação encontra poucos limites. Não sendo o mercado uma força isenta, no processo de privatização fica uma lacuna social, pela pouca imposição de deveres sociais ao privado. A isto se chama auto-regulação.

Como explica Mattelart (2002:156), eventuais reservas à liberdade de comunicação “logo serão tachadas pelos grupos de pressão de tentativas de restauração da censura”, devendo “os fluxos culturais e informacionais” ser regidos somente pela sanção do consumidor, sendo afastada “a legitimidade de toda tentativa de formulação de políticas públicas, nacionais e regionais”.⁴¹ Esvanece-se, assim, a presença de normativas coordenadas, estabelecidas visando o conjunto de população, isto é, de políticas públicas, no melhor sentido de expressão.

Prevalece, então, uma espiral de desregulamentação, pela qual não ocorre a supressão de toda a intervenção pública, mas a adoção de novas modalidades de regulação nas quais a posição de supremacia do Estado tende a ser assumida pelos agentes privados. Não há, necessariamente, diminuição do número de regras. Até pela entrada de novas tecnologias, o mercado audiovisual tem sido muito regulamentado, se bem que muitas vezes primeiro é criado o precedente no caso concreto e só depois é editado o diploma legal, como aconteceu no início dos sistemas televisivos pagos no Brasil.

Segundo Bernard Miége (1990:80), o movimento mundial de desregulamentação do audiovisual e das telecomunicações se caracteriza por uma “reorientação de grande amplitude das estratégias industriais, tornada possível pela mobilização de novos recursos tecnológicos”. Isso acentua a “mundialização da comunicação”, sob a batuta ideológica do neoliberalismo.

*“A desregulamentação é, de alguma forma, uma versão melhorada do ‘free flow of information’, mas uma versão mais hábil e eficaz, pois não enfatiza o lado político-estratégico da estratégia adotada, mas, insistindo sobre os aspectos jurídicos, tecnológicos e industriais, se impõe como uma direção maior da reestruturação das economias ocidentais”.*⁴²

Não são eliminadas, portanto, as funções do Estado que permanece uma entidade viva

⁴¹ MATTELART, Armand. *História da sociedade da informação*. São Paulo: Loyola, 2002.

⁴² MIÉGE, Bernard. *La société conquise par la communication*. Grenoble: PUG, 1990.

capaz de contemplar interesses e produzir sentidos, indispensável para a acumulação de capital e proposições em rumo diverso. Mas agora são impostos deslocamentos ao ente estatal, o qual mais diretamente relaciona-se com (e é influenciado por) organismos e objetivos externos à realidade nacional, que necessariamente devem ser considerados no processo de tomada de decisões, por todos os atores sociais.

Com a exacerbação da globalização, pensar Políticas Públicas de Comunicação, hoje, inclui tratar de cultura e educação, não só no rumo instrumental de uso da mídia, mas para criar vínculos com referentes nacionais, locais e alternativos, construindo assim pontes para uma sociedade mais justa e solidária e abrindo a possibilidade de projetos verdadeiramente não-hegemônicos, que possam atingir o imaginário dos cidadãos. A expansão capitalista, a emergência da comunicação e da informação no centro da vida econômica e cultural ou a inovação tecnológica não justificam o descarte da regulamentação dos problemas comunicacionais (e de outros campos). A constatação de que o receptor participa de uma relação (assimétrica) com os produtores comunicacionais não provoca a passagem a uma situação caótica, onde o consumidor atinge um estado de liberdade total, a partir da produção de sentido, onde qualquer normatização significaria tolher a liberdade, uma liberdade considerada abstratamente e identificada com a livre concorrência.

Os processos tecnológicos

As opções de hoje, da tradicional TV aberta às perspectivas da televisão digital, consubstanciam-se em formatos tecnológicos, mas se relacionam com o quadro de mudanças econômicas, políticas e culturais mais amplas. Apesar de acelerado nas décadas finais do século XX, o processo de inovação tecnológica, no sistema televisivo, deve continuar intenso. O lançamento de constantes inovações tecnológicas envolvendo o audiovisual atesta uma (sabida) desconexão com a demanda, já que atende mais a preceitos industriais de renovação do conjunto de equipamentos profissionais e domésticos, bem como de viabilização de ofertas máximas para consumo privado e busca de rentabilização dos estoques de produtos culturais destinados a redifusão, do que a uma efetiva necessidade do consumidor atestada em pesquisa.

As novas tecnologias da área, centradas na TV digital terrestre e na televisão pela internet, não conduzem a uma superação do atual período histórico do mercado televisual brasileiro, embora se expressem alterações na estrutura produtiva, “relacionadas com a ampliação da oferta, a inovação tecnológica e a re-regulamentação”.⁴³ Desencadeiam-se, assim, movimentos estruturantes que afetam a TV e os demais meios de comunicação, ligados enfaticamente ao acirramento da luta competitiva. As respostas estratégicas até agora adaptadas pelas empresas brasileiras do setor redundaram numa crise de endividamento que, naturalmente, as fragiliza no momento da implantação da digitalização e da (esperada e pouco concretizada) entrada do capital estrangeiro, permitida por uma mudança legislativa que, em si, já significou uma derrota frente às pressões para a internacionalização de mercados, onde já vêm sendo contestadas as situações de liderança e aparecendo novos atores.

Se o Estado interfere freqüentemente nos mercados audiovisuais numa postura particularista, privilegiando os objetivos dos capitais em concorrência, isto é mais dramático no Brasil, onde as comunicações formam uma área quase privada, pois, se bem seus interesses e conseqüências sejam extremamente públicos, as decisões tendem a envolver poucos atores organizados, reafirmando tendências concentradoras e a falta de legislação promotora da diversidade. A análise atenta da dinâmica de definição da televisão digital terrestre no Brasil indica que o movimento de regulamentação não tem sido concebido de forma ampla, considerando a diversidade econômica, social e cultural do país, não havendo, ademais, uma mudança substancial com relação à tradição brasileira de não incorporação da sociedade civil na discussão e gestão das mídias.

O movimento de debate, planejamento e ação visando à implantação da televisão digital terrestre no Brasil é pouco acessível à sociedade civil. No sentido amplo do termo, esse debate não se realiza. As brechas que se apresentam limitam-se às audiências e consultas públicas e aos novos lugares criados, como o Conselho de Comunicação Social, do Congresso Nacional, sendo conhecidas às limitações de todas essas possibilidades, por sua própria natureza e pela condição econômica e cultural de acesso do brasileiro médio. Estes sinais permitem supor que o futuro modelo de TV digital, a ser implantado no Brasil,

⁴³ BRITTOS, Valério. “A Economia Política da TV brasileira no período pré-digitalização”. IN: JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valério; BENEVENUTO JR., Álvaro. *Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia*. Salvador: Edufba, 2005, p. 87.

não incorporará, na medida necessária, projetos pluralistas, que estimulem a cidadania, já que o processo repercute sobre o resultado final. Embora a partir do Governo Lula tenha havido investimento numa saída que desenvolva os potenciais do conhecimento científico nacional, não há indícios de alterações profundas em itens como o controle social dos conteúdos.

Até o momento, mais de dois anos após a posse de Luis Inácio Lula da Silva, permanece o quadro regulador herdado do Governo anterior, desconectado de outros instrumentos, sendo mantido o tratamento compartimentado do conjunto das telecomunicações, isolando o mercado televisivo do de telefonia, além de não serem atacados os principais entraves para o avanço das comunicações brasileiras: a concentração da propriedade das indústrias culturais e a ausência de controle público sobre os conteúdos transmitidos por essas companhias. É necessário, por exemplo, impor a todo o sistema de comunicação em geral o que a lei exige explicitamente apenas das rádios comunitárias: a apresentação de todas as opiniões sobre cada fato social.

Apesar da contínua edição de normas legislando sobre os fenômenos midiáticos, em particular aqueles relacionados com a televisão, não há, no Brasil, um marco regulamentar coerente, previamente debatido, planejado e construído, visando que todos os atores sociais tenham a capacidade de acesso ao meio, em coerência com os interesses da maioria da população e em articulação com as diversas organizações representativas da heterogeneidade do país, a partir de metas econômicas, políticas e culturais, de curto, médio e longo prazos. Como corolário, à ampliação do número de agentes e produtos televisuais à disposição dos consumidores, não tem correspondido, historicamente, uma maior diversidade econômica e cultural quanto ao acesso, programação e gestão de companhias comunicacionais. Ainda está pendente de resolução no país a questão da produção local e independente, base da competitividade sistêmica e que no Brasil, historicamente, tem sido relegada a espaços quase nulos ou horários totalmente desprivilegiados, em especial por parte das grandes redes.

A política brasileira

Em 2005, o Governo nomeou um grupo de trabalho para a criação de uma lei geral para a radiodifusão e outros serviços de comunicação eletrônica de massa. Contudo, não há

indicativos de que este instrumento atacará os históricos problemas das comunicações brasileiras, como o predomínio dos interesses privados sobre os públicos, o uso do telespectador como ponte para atingir faturamento, a moldagem da programação aos propósitos publicitários, a quase vedação da sociedade civil quanto às articulações sobre questões regulamentares, a ausência de controle social sobre o conteúdo e – por último, mas possivelmente em primeiro quanto à gravidade – a extrema concentração da propriedade dos meios.

Ao lado disso, não obstante a iniciativa ter sido pretensamente proposta como abrangente, inicialmente não foi previsto que ela atacaria todo o complexo da convergência, o que inclui, hoje, também outros serviços de telecomunicações, além daqueles tradicionalmente conhecidos como radiodifusão e os que compõem as tecnologias de TV por assinatura. A idéia de uma Lei de Comunicação Eletrônica de Massa (LCEM) vem sendo gestada desde o início do primeiro Governo FHC, pelo falecido ministro Sérgio Motta, que preferiu adiar o projeto para não prejudicar a reforma (privatização) das telecomunicações. Seu sucessor, Luiz Carlos Mendonça de Barros, decidiu não atacar a temática, enquanto o ministro seguinte, Pimenta da Veiga, embora tenha iniciado o debate, deixou a tarefa inconclusa.

O último ministro do Governo Fernando Henrique, Juarez Quadros, concluiu as minutas, mas deixou o assunto para o Governo Lula. O primeiro ministro das Comunicações de Lula, Miro Teixeira, não tratou do referido projeto e Eunício Oliveira, decidiu incluir o tema na pauta de 2005. Como “nos últimos 10 anos vários ministros tentaram e não conseguiram criar” esta lei, o atual titular da pasta “das Comunicações[...] pode ser o sexto” a não resolver a questão, observou Quadros⁴⁴, no início do ano de 2005.⁴⁵

⁴⁴ N.E, a partir dos autores: Enquanto estava sendo fechada a edição deste livro, o quadro político sofreu mudanças no país. Em julho de 2005, Oliveira deixou o cargo, assumindo em seu lugar Hélio Costa, sem que o texto fosse remetido ao Congresso. Concluída a minuta da LCEM, em agosto de 2005 a discussão residia em quem deveria encaminhar o debate: o Ministério das Comunicações ou a Casa Civil. Neste momento, um agravante conjuntural para o ataque aos problemas comunicacionais, inclusive a defesa da LCEM, envolve a fragilidade do Governo, diante das denúncias de corrupção surgidas a partir de um vídeo onde era cobrada propina na Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (EBCT). Foram instaladas duas Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs), uma para investigar a corrupção na EBCT e outra para apurar outras denúncias que se sucederam, envolvendo o pagamento de mensalidades a parlamentares de partidos da base governista, como forma do Governo obter maioria no Congresso Nacional. Esses fatos políticos debilitaram o Governo ainda mais para enfrentar problemas crônicos, em especial quando estes

A inclusão digital não pode ficar restrita à criação de redes, sem a contrapartida de conteúdos atraentes à maioria da população. De nada adianta ao cidadão comum dispor de um computador com conteúdo em língua inglesa ou com um sistema de intelegibilidade adaptado aos gostos da classe média. Acima de tudo, é necessário destacar o deslocamento promovido pelo Governo Luís Inácio Lula da Silva, de investir num padrão brasileiro (ou de produção de componentes nacionais numa modulação formulada a partir das já existentes). Por outro lado, as organizações midiáticas têm rejeitado qualquer projeto de mudança, vendo o modelo mercadológico vigente como a formatação próxima do ideal para maximizarem os lucros.

A proposta do governo Lula tem méritos inegáveis em relação ao que vinha sendo desenvolvido sob a inspiração do Governo Fernando Henrique Cardoso. O governo FHC pretendia a incorporação direta de um dos sistemas já desenvolvidos – possivelmente o japonês, preferido dos radiodifusores por melhor se adaptar à recepção móvel –, num conjunto de ações conduzidas pelos atores privados, articulados em torno da principal entidade do setor, a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), em parceria com a Sociedade de Engenharia de Televisão (SET). No entanto, pelo menos a curto e médio prazo, ainda que colocado em prática o Sistema Brasileiro de TV Digital que vem sendo desenvolvido desde 2003, possivelmente uma grande parcela da população brasileira não será incorporada neste processo.

Embora o projeto brasileiro preveja conversores do digital para o analógico a preços baixos, qualquer inversão a mais, neste momento mais do que nunca, se mostra difícil para uma população historicamente marcada pela pobreza, atualmente acentuada pelo desemprego. A longo prazo, a migração pode ocorrer, mas a lógica de inclusão própria das tecnologias que marcaram o período anterior do capitalismo não se faz presente na atualidade. Além do mais, o uso do conversor prevê a continuidade do mesmo receptor analógico, o que não permite o aproveitamento de todo o potencial da digitalização.

envolvem a mídia, um ator social que, em momentos como esse, tende a ser conquistado como aliado, e não rechaçado.

⁴⁵ LEI de Comunicação de Massa não sai com Lula. *Tribuna da Imprensa*, Rio de Janeiro, 31 jan. 2005.

Por outro lado, chamar de inclusão a possibilidade do público de adquirir um aparelho e dispor de sua funcionalidade é uma redução, não havendo previsão de disponibilização (e a definição de formas de financiamento) de canais para uso público e garantia de conteúdos que contemplem a diversidade cultural, sem o compromisso da segmentação mercadológica ou a determinação de criação de conselhos sociais de controle das concessões.

Para vingar, o modelo alternativo de televisão digital terrestre deverá ser realmente outro, partindo não dos imperativos da valorização e da concorrência, mas da necessidade de satisfazer as tão amplas carências das vastas populações dos países do Terceiro Mundo. Neste caso, a agressividade comercial chinesa seria muito mais útil que a aparente esperteza de setores empresariais e técnicos do Governo Fernando Henrique Cardoso, que aventavam a possibilidade, por exemplo, de utilizar a decisão sobre o padrão de TV digital como moeda de troca para conseguir outras vantagens, a exemplo da eliminação de barreiras comerciais a produtos brasileiros no exterior. Além de pouco realista, uma proposta desse tipo acaba por validar a posição norte-americana de tratar a questão cultural como tópico de comércio internacional, regulada, portanto, pela Organização Mundial de Comércio (OMC), contra o resto do mundo, especialmente a Europa, que defende a chamada “exceção cultural”.⁴⁶

As dinâmicas da inovação

A possibilidade de uma parceria Sul-Sul existe também em outros setores, apontando

⁴⁶ Uma lógica semelhante poderia levar a aceitar, no campo da educação, a proposta da OMC de enquadrar o ensino superior na categoria de bens comerciais e não bens públicos. Na lógica do pragmatismo *peessedebista*, José Arthur Gianotti chegou a considerar ingênuas as reações de indignação à proposta da OMC, tendo em vista que o ensino sempre foi mercadoria, pois até os sofistas cobravam pelas suas lições. RISCO à Soberania. *Extra Classe*, Porto Alegre, n. 64, ago. 2002. Disponível em: www.sinpro-rs.org.br/extra/ago02/educacao1.asp. Acesso em 15/07/ 2003. Mas a questão, mais uma vez, não é tão simples. O que ocorre hoje é um processo acelerado de industrialização, que percorre caminhos em alguns aspectos semelhantes e em outros bastante diferentes daqueles seguidos pelos modelos conhecidos de industrialização da cultura. A industrialização da formação pode ser analisada a partir de dois modelos paradigmáticos: um em que a introdução de inovações tecnológicas se dá no sentido de reforçar, do ponto de vista da organização dos processos de trabalho e da estrutura dos sistemas de ensino, o papel de mediador do educador, e, outro, conhecido como educação *self-service*, que pretende eliminar a mediação humana do educador, substituindo-a por um sistema ultra liberal e mercadológico de acesso ao conhecimento, centrado, obviamente, na exclusão e na segmentação pelos preços. O problema desse segundo modelo é que pressupõe, como ponto de partida, um grau de autonomia do sujeito que deveria ser justamente a meta, como é tradicionalmente, da política educacional. Para uma boa discussão sobre o tema, ver MÖEGLIN, Pierre (Ed.). *L'industrialization de la formation: etat de la question*. Paris: Centre Nationale de Documentation Pédagogique, 1998.

para um novo padrão de desenvolvimento sintonizado no plano global, que o Governo Lula tem a obrigação, pelo que representa, de defender. É nesse sentido que se pode considerar a oferta venezuelana de criação de uma empresa petrolífera sul-americana a partir de uma fusão das empresas nacionais existentes. Uma solução desse tipo para o mercado das telecomunicações, no passado, poderia ter garantido uma inusitada competitividade ao país (e ao subcontinente) na área, preservando a capacidade de desenvolvimento próprio de tecnologia, o que não ocorreu com a opção privatista do Governo de Fernando Henrique Cardoso.

O caso da televisão digital mostra que a batalha das telecomunicações não está de todo perdida, se for considerado o conjunto de elementos envolvidos no debate sobre a convergência. O setor de biotecnologias mostra uma tendência semelhante. Basta lembrar a luta do Brasil, Índia e África do Sul, que notabilizou o então ministro da saúde, José Serra, à época da reunião de Doha da OMC, pouco após os atentados de 11 de setembro de 2001 em Washington e Nova York, para impor um modelo alternativo de exploração do progresso técnico na área médica e farmacêutica, que os Estados Unidos pretendem submeter às regras dos acordos comerciais referentes a direitos de propriedade.

Para que a TDT se traduza em efetiva inclusão digital, antes de modelo de negócio, é preciso pensar em um novo padrão de desenvolvimento que tome a inclusão digital como parte e como estratégia para a inclusão social em geral. Melhor dizendo, é necessário discutir primeiro um modelo de serviço, o qual deve nortear a definição do padrão de tecnologia digital a ser adotado no país. Por isso, a importância de que a pauta seja invertida, inclusive com o estabelecimento (político) primeiro de que públicos atingir, quais serviços implantar prioritariamente e como financiar. Depois disso é que deveriam ser feitos os testes mais definitivos com os padrões, a partir de uma agenda de tarefas que os sistemas deveriam desenvolver com qualidade próxima da excelência.

Não há porque descartar a existência de uma lógica mais propriamente mercantil, ligada a usos específicos da nova tecnologia, como os serviços de telefonia chamados de valor adicionado, ou mesmo de radiodifusão voltados para públicos mais segmentados. A prioridade, no entanto, na definição das políticas nacionais na área, deveria ser entender a TDT como plataforma de inclusão via digital, visando a universalização do acesso à educação, à saúde, a extensão da cidadania, enfim, a definição de todo um novo sistema de

comunicação de massa, concebido como bem público. Nesse sentido, a regulação deve privilegiar a interatividade e a participação. Esta última depende naturalmente de fatores de ordem política, ligados tanto à esfera do Estado, quanto aos movimentos sociais em geral, enquanto que a interatividade é um problema, a um tempo, técnico e político, que acaba se traduzindo no debate sobre o modelo de financiamento (das infra-estruturas públicas, das emissoras e dos telespectadores) a ser adotado.

Um aspecto crucial é o do interesse dos conteúdos a serem disponibilizados, inclusive os conteúdos interativos, a internet rápida, a educação à distância e o *e-government*, que avançam em termos de espaço democrático, debate público, garantia de cidadania e acesso à informação. Na proposta alternativa aqui defendida, considera-se, nesse sentido, como fundamental:

a) a garantia de gratuidade de um sistema básico, entendido sob o conceito de serviço público universal evolutivo,⁴⁷ que pode ser desenhado desde já a partir das atuais ofertas de programação popular, universitária, educacional, alternativa e não comercial disponíveis tanto na televisão aberta como fechada;

b) a criação de *linhas de crédito* específicas para o cidadão adquirir os elementos eletro-eletrônicos indispensáveis, na medida em que o acesso depende da troca pura e simples do receptor analógico ou da instalação dos decodificadores, chamados *set top boxes*.

Essas caixas, em particular, constituem-se em elementos estratégicos, do ponto de vista técnico, ao lado da garantia de um adequado canal de retorno, para a inclusão digital, devendo oferecer as mais amplas possibilidades, não de criação de oferta de serviços exóticos super-sofisticados para seduzir o público consumidor já incluído (o que, de qualquer forma, certamente será feito pela empresa privada de acordo com os mecanismos de mercado conhecidos), mas fundamentalmente daqueles voltados para a inclusão das grandes massas aos benefícios da digitalização, oferecendo as mais amplas soluções interativas.

⁴⁷ BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; SICSU, Abraham Benzaquem. “Sociedade da Informação, Setor Produtivo e Desenvolvimento Regional”. IN: ALMEIDA, Adiel Teixeira; RAMOS, Francisco de Sousa (Orgs.). *Gestão da informação na competitividade das organizações*. Recife: UFPE, 2002, p. 209-233.

Considerações finais

Depreende-se do exposto a importância de se pensar de forma articulada as Políticas de Comunicação, de Informatização, de Educação, de Ciência e Tecnologia e de Cultura, visando a preservação e o desenvolvimento da diversidade, tendo por objetivo o progresso social e a inserção soberana do país na chamada economia do conhecimento.⁴⁸ Para tal, toda uma articulação institucional precisa ser feita, só havendo uma possibilidade: desenvolver a infra-estrutura material e intelectual país, pensado na sua diversidade. Assim, a questão regional também se impõe.

A digitalização da TV aberta pode, portanto, se tornar um mecanismo de aceleração das diferenças sociais e da exclusão sociais, mas pode também gerar a maior rede de banda larga digital popular e gratuita, com capacidade de recepção de informação multimídia, agregando valor econômico e social à televisão, ao tornar realidade a convergência com outras mídias. Isto pode estar associado à inclusão digital e incorporação de novas aplicações domésticas, indo além do que se concebe tradicionalmente por televisão. Este cenário pode atender às necessidades e interesses de consumidores, emissoras e indústria brasileira como um todo, ao construir-se sobre uma lógica social distinta da do velho modelo da TV de massa, mas oposta, sobretudo, à atual tendência hegemônica de exclusão pelos preços e de controle oligopólico dos mercados culturais.

Referências Bibliográficas, Hemerográficas e Sites:

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. “Capitalismo, esfera pública global e o debate em torno da televisão digital terrestre no Brasil”. In: *Contracampo - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação*, Niterói, n. 9, 2º sem., 2002.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; SICSU, Abraham Benzaquem. “Sociedade da Informação, Setor Produtivo e Desenvolvimento Regional”. In: ALMEIDA, Adiel Teixeira;

⁴⁸ Economia do conhecimento é “uma expressão pomposa para descrever a atual reestruturação capitalista, marcada por uma generalizada subsunção do trabalho intelectual no capital (ou o aparecimento do ‘capital intelectual’, como prefere a literatura econômica convencional e, sobretudo, o *management*) e uma ampla intelectualização dos processos de trabalho e do consumo”. BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. “Capitalismo, esfera pública global e o debate em torno da televisão digital terrestre no Brasil”. In: *Contracampo - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação*, Niterói, n. 9, 2º sem. 2002. p. 62.

RAMOS, Francisco de Sousa (Orgs.). *Gestão da informação na competitividade das organizações*. Recife: UFPE, 2002.

BRITTOS, Valério. “A Economia Política da TV Brasileira no Período Pré-Digitalização”. IN: JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valério; BENEVENUTO JR., Álvaro. *Comunicação, Hegemonia e Contra-Hegemonia*. Salvador: Edufba, 2005.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Império*. São Paulo: Record, 2001.

LEI de Comunicação de Massa não sai com Lula. *Tribuna da Imprensa*. Rio de Janeiro, 31 jan. 2005.

MATTELART, Armand. *História da Sociedade da Informação*. São Paulo: Loyola, 2002.

MIÉGE, Bernard. *La Société Conquise par la Ccommunication*. Grenoble: PUG, 1990.

MÖEGLIN, Pierre (Ed.). *L'industrialization de la formation: etat de la question*. Paris: Centre Nationale de Documentation Pédagogique, 1998.

RISCO à Soberania. *Extra Classe*, Porto Alegre, n. 64, ago. 2002. Disponível em: www.sinpro-rs.org.br/extra/ago02/educacao1.asp. Acesso em: 15/07/ 2003.

Reflexões sobre a convergência midiática⁴⁹

Suely Fragoso ⁵⁰

Introdução

Este texto parte de um recuo estratégico para abordar a convergência midiática a partir de três grandes frentes de sua realização. São elas: a convergência (1) dos modos de codificação; (2) dos tipos de suporte e (3) dos modos de distribuição dos produtos midiáticos. Por ‘convergência dos modos de codificação’ entendo a possibilidade de ‘empacotar’ em um único formato (no caso, o código binário) enunciados originalmente pertencentes a categorias semióticas distintas (texto, som e imagem). Essa indiferenciação viabiliza a reunião de tipos distintos de mensagens em um único suporte. Na prática, trata-se da possibilidade de utilizar uma mesma unidade de armazenamento (um disquete ou CD, por exemplo) para guardar indiferenciadamente e ao mesmo tempo o texto de uma carta em andamento, um conjunto de imagens fotográficas e uma seqüência melódica.

Hoje, a própria idéia de utilizar suportes diferentes para cada uma dessas coisas chega a parecer absurda, mas basta pensar a quão pouco tempo uma carta era algo que demandava papel e tinta; uma foto precisava de filme, papel especial e reveladores químicos e trechos de música eram gravados em fitas cassete para compreender o furor causado pela multimídia⁵¹ na passagem dos anos 1980 para os 1990. Apesar de todo o entusiasmo, no entanto, a combinação de diferentes linguagens compondo meios essencialmente intersemióticos é muito anterior à digitalização.

⁴⁹ Trabalho resultante de pesquisa apoiada pelo CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

⁵⁰ E-mail: suely@unisin.br

⁵¹ A expressão ‘multimídia’ (assim como ‘interatividade’, que será objeto de referência mais adiante) foi apropriada pelo jargão das vendas já há alguns anos. Em consequência disso, foi utilizada à exaustão e com significados altamente imprecisos. No presente texto, aproprio esta expressão de forma bastante restrita, de tal modo que ‘multimídia’ quer dizer, aqui, a possibilidade de armazenar em um mesmo formato um conjunto de informações cuja decodificação pode ou deve resultar em diferentes linguagens, tipicamente texto, som e imagens, compondo uma única obra.

A rigor, todas as mídias, desde o jornal até as mídias mais recentes, são formas híbridas de linguagem, isto é, nascem na conjugação simultânea de diversas linguagens. Suas mensagens são compostas na mistura de códigos e processos sógnicos com estatutos semióticos diferenciais. Daí se poder dizer que todas as mídias, desde o jornal, são por natureza intermídias e multimídias. (Santaella, 1992: 24)

A televisão, em particular, sempre foi multimídia: embora palavras escritas na tela de televisão fossem mais raras há algumas décadas, tecnicamente o som, a imagem e o texto escrito sempre puderam conviver – e conviveram – na TV. Não deveria surpreender, portanto, que as novidades da multimídia tenham ficado aquém das promessas anunciadas no discurso do início dos anos 90 a respeito do potencial inovador da reunião de linguagens em um mesmo suporte.

A convergência de diferentes linguagens para um mesmo suporte, desde pelo menos a televisão, já catalisava a sinergia entre as diferentes mídias (como as conhecemos hoje). Formatos como a telenovela e o telejornal são evidências de um hibridismo que sempre existiu entre as mídias e que a portabilidade, resistência e longevidade das unidades digitais de armazenamento apenas veio, mais recentemente, potencializar. A este respeito, é fundamental lembrar que as mídias nunca existiram em isolamento. Componentes de um sistema complexo, co-existem afetando-se mutuamente desde sempre e funcionam como referência essencial para qualquer nova tecnologia que se pretenda midiática.

Ocorre que, nos dias atuais, outras forças, reconhecidamente muitas delas com motivações um tanto independentes das especificidades da tecnologia digital, concorrem para deflagrar uma convergência de suportes tão acentuada que poderá inviabilizar economicamente a utilização em larga escala de todos os modos de distribuição que não lhes sejam estritamente compatíveis e convenientes. Penso na noção da Internet como um ‘ambiente de mídias’, postulada por diversos autores que antevêm a completa migração das estratégias e finalidades comunicativas que hoje identificamos com o rádio, a televisão e os meios impressos para as redes digitais de comunicação (não raro, ainda mais restritivamente, para a *World Wide Web*).

Uma convergência de tal monta parece prenunciar a indiferenciação das diferentes mídias como as conhecemos hoje em dia. Reduzidos a ocorrências distintas em um tal ‘ambiente de mídias’, o rádio e a televisão, por exemplo, veriam cada vez menos

significativas as condições de suas especificidades. A própria lógica irradiativa, responsável por características daqueles dois meios que tiveram – e ainda continuam tendo – profundos reflexos na vida cotidiana dos cidadãos do mundo ocidental, parece fadada a ceder cada vez mais espaço ao modelo ‘sob demanda’. Uma discussão sobre qual desses dois modos de distribuição é mais interessante seria tão incongruente quanto o debate sobre qual suporte tecnológico viabiliza os conteúdos mais criativos ou inteligentes: para além do fetiche tecnológico, nada justifica a crença (bastante popular, vale dizer) de que a unificação dos modos de codificação, a redução da diversidade dos suportes e a uniformização das formas de armazenamento e distribuição teriam o poder de potencializar o desenvolvimento de formatos mais criativos para mensagens com conteúdo de melhor qualidade.

Não é difícil compreender como a convergência dos modos de codificação conduz à padronização dos tipos de suporte e favorece a homogeneização dos modos de distribuição dos produtos midiáticos. A pergunta não é, portanto, se essa ‘cascata de convergências’ é possível, mas se ela é desejável. A princípio, parece não sê-lo, sobretudo pelas obsolescências que o ‘descarte técnico’ aí implicado há de produzir, e que não ficarão restritas às configurações tecnológicas mas, muito provavelmente, vão se estender a conteúdos e estratégias expressivas. Afinal, não é pouco comum que o mesmo movimento que atribui qualidade a meios identificados com ‘tecnologias de ponta’ declare obsoletos mídias preexistentes cuja impropriedade reside na independência de soluções afinadas com um específico paradigma de desenvolvimento tecnológico. Por isso, a ‘morte’ de um meio não significa apenas o desaparecimento de uma configuração tecnológica em sentido estrito, mas muitas vezes implica também o esquecimento das formas de enunciação que lhe eram peculiares.

Interatividade

Se a multimídia *per se* não conduz ao mais alentador dos prognósticos, vale a pena refletir sobre uma efetiva novidade que advém da digitalização das mídias: a interatividade⁵². Mais ou menos na mesma época em que se cantavam amplamente as

⁵² Por interatividade entendo um tipo especial de interação com produtos midiáticos diversos que se traduz em possibilidades de ação sobre o desenvolvimento das mensagens mais diretas do que aquelas usualmente

benesses que viriam com a multimídia, popularizava-se também a noção de que a interatividade era o instrumento que faltava para conferir ao receptor poderes correspondentes aos dos produtores midiáticos. Não foram poucos os autores que, partindo de um tal raciocínio, descartaram muitos desenvolvimentos das Teorias da Comunicação para apoiar-se nas variantes mais duras da Teoria dos Efeitos e afirmar que o público, até então ‘passivo e manipulável’, graças ao advento da interatividade estaria prestes a libertar-se para exercer criativamente seu papel de protagonista nas mais diferentes modalidades de expressão.

Programas como *Você Decide*⁵³ souberam tirar partido da sedutora promessa de autonomia e poder de decisão que impregnam a noção popular (e um tanto vaga) de interatividade. No processo, talvez tenham ajudado a perceber que a interatividade não poderia levar a qualquer significativo empoderamento do receptor porque, ao fim e ao cabo, não passa da oferta de um conjunto maior, ainda que igualmente limitado, de opções pré-definidas. Nem mesmo a ampla gama de narrativas disponíveis nos mais complexos jogos de computador ou nas mais intrincadas obras de hiperliteratura pode escapar dos limites previamente definidos pelas escolhas a partir das quais o próprio sistema que as enuncia foi configurado.

A aparente imprevisibilidade dos resultados de interação com estruturas interativas bem planejadas decorre do poder *quantitativo* das tecnologias digitais. Afinal, trata-se sempre de selecionar informações de um banco de dados finito, recombinao elementos para formar textos que, mesmo não tendo sido necessariamente previstos, terão sido sempre previsíveis.

O fato de que a interatividade consista em prover um leque de opções suficientemente grande para criar uma ilusão de liberdade criativa não significa que não seja possível tirar proveito *qualitativo* do enorme potencial quantitativo das mídias digitais. O hipertexto e os jogos de computador são sinais evidentes do enorme (e ainda sub-aproveitado) potencial

viabilizadas pelas mídias 'tradicionais'. Desenvolvi mais extensamente esta concepção de interatividade (desde a própria história do conceito) em um artigo publicado em 2001, cujo título é *De interações e Interatividade (Revista Fronteiras – estudos midiáticos. Vol. 3 n° 1, p. 83-96)*. Naquele texto, discuti também algumas implicações do uso hiperbólico da palavra interatividade.

⁵³ *Você Decide* foi um programa de grande audiência lançado pela *Rede Globo de Televisão* ainda no início dos anos 1990. O programa combinava a prática de filmar múltiplos finais para uma única estória (usualmente visando sua exibição para audiências-teste) com uma estratégia de televentas que consiste em exibir um número de telefone disponível para o feedback do público (aos moldes do que hoje faz a mesma emissora no *reality show Big Brother Brasil*).

criativo da exploração de grandes conjuntos de opções sintáticas e paradigmáticas para a composição de textos interativos.

World Wide Web

Adicione-se a interatividade às três frentes de convergência anteriormente discutidas e mais uma vez a *World Wide Web* se oferece como uma versão preliminar da mídia que haverá de emergir como conseqüência da digitalização generalizada das mídias atuais. Ultrapassando os limites inerentes à interatividade, discutidos acima, a *Web* apresenta uma outra possibilidade de empoderamento do receptor – fascinante e um tanto mais radical – ao elevar exponencialmente o número de indivíduos efetivamente capazes de desempenhar o papel de emissor em um processo comunicacional de ampla escala. Embora os números absolutos obscureçam o fato de que apenas uma reduzidíssima parcela da população mundial tem acesso às redes digitais de comunicação⁵⁴, é fato que a quantidade de pessoas capazes de ‘publicar’ na *World Wide Web* ultrapassa largamente a de potenciais emissores de qualquer mídia analógica. Daí derivam hipóteses cuja beleza se constrói sobre a noção utópica de uma tecnologia que garante visibilidade a todos, em condições igualitárias.

“É certo que a Internet se distingue da imprensa e do audiovisual pelo fato de o acesso ao seu ‘espaço’ não estar, em princípio, condicionado por quaisquer mecanismos prévios de filtragem da informação: qualquer um, em qualquer lugar, em qualquer tempo, pode publicar aí o que quiser. Mas publicar não é, obviamente, sinônimo de ser visto ou ouvido. . . . Recorrendo à imagem da ‘caixa negra’, diremos que o que é condicionado, agora, são não as ‘entradas’ - tudo e todos podem ‘entrar’ - mas as ‘saídas’...” (Serra, 2001: s.p.)

Essa evidente diferença entre a possibilidade de publicar na *Web* e a de ser lido, visto ou ouvido advém, antes de mais nada, do modo como utilizamos esse gigantesco banco de dados hipertextual. A maior parte do tempo, as pessoas acessam *sites* cujos endereços (URLs) já conhecem (por recomendação ou visita anterior) ou que encontram com o auxílio de ferramentas de busca. O resultado é uma clara concentração de tráfego em alguns poucos endereços, sendo especialmente favorecidos os que se classificam bem nas listagens

⁵⁴ Estimativas de 2004 fazem referência a 934 milhões de usuários com acesso à Internet (*ClicZ Network*, 2005, s.p.), o que corresponderia a pouco mais de 14% da população mundial, estimada em cerca de 6.451.058.790 pessoas em janeiro de 2005 (*US Census Bureau*, 2005, s.p.).

produzidas pelas principais ferramentas de busca. Endereços desconhecidos das ferramentas de busca tendem a permanecer praticamente sem tráfego, o que é bastante significativo quando se leva em conta que pouco mais da metade da *Web* se encontra indexada mesmo pelo *Google*, atualmente o indexador com a maior cobertura (Sullivan, 2005: s.p.).

Até recentemente, acreditava-se que mesmo que todos os internautas sempre utilizassem ferramentas de busca (ou seja, nunca digitassem os endereços dos sites diretamente na barra de navegação) seria possível chegar a qualquer endereço na *WWW* seguindo os *links* que conectam as páginas umas às outras. Sendo assim, todas as páginas permaneceriam sempre à disposição dos internautas dispostos a vaguear pelo ciberespaço em busca de novos sites. Belas colocações foram feitas a partir deste raciocínio, constantemente evocando a figura do *flâneur*⁵⁵.

“A ciber-flânerie é flânerie por espaços relacionais criados por estruturas de informação eletrônica (sites, home-pages, portais, documentos), sob a forma de interatividade digital com interfaces gráficas e informações binárias (textos, sons, imagens fixas e animadas). Como a flânerie urbana, ela é uma atividade que se caracteriza pelo andar (clicar) ocioso, gratuito e errante daquele que se abandona às impressões do espaço e extrai desse material a inspiração para sua escrita” (Lemos, 2000: 48-49).

Infelizmente, a Internet não é, no entanto, uma rede aleatória. Em outras palavras, embora seja costumeiramente exaltada como um sistema absolutamente descentralizado de conexões, capaz de sobreviver a ataques a qualquer um de seus nós (servidores), a Internet não é uma rede desse tipo. Assim também não o é a *World Wide Web*, sua parcela mais conhecida⁵⁶.

Caso as conexões entre os diferentes documentos que compõem a *Web* fossem de fato estabelecidas aleatoriamente, o número de *links* deveria ser mais ou menos o mesmo na maioria dos *sites*. Mas a *Web* é uma rede dinâmica, ou seja, está em constante desenvolvimento: a cada minuto, novas páginas são acrescentadas ou retiradas da rede, novos *links* são estabelecidos e velhas conexões são quebradas. Dado que é uma condição fundamental das redes aleatórias que todos os nós devam ter igual oportunidade de receber

⁵⁵ O *flâneur* é uma figura urbana que vagueia de forma errante e ociosa, celebrizada pela poesia de Charles Baudelaire e pela crítica (não menos conhecida) de Walter Benjamin.

⁵⁶ A Internet é uma rede composta de milhões de computadores em escala mundial. A *World Wide Web* é um sistema de informação bastante mais recente, que utiliza [hipermídia](#) em sua formação básica e que tem na Internet seu meio de transmissão.

um *link* a cada momento, em redes dinâmicas os nós mais antigos acabam tendo vantagem. Isto porque sua longevidade assegura a presença em um número de eventos de *linkagem* maior do que o possível para os sites mais jovens. Ficaria, assim, favorecida a concentração de *links* nos sites mais antigos. Não é difícil perceber, no entanto, que este não é o caso na *WWW*: basta pensar no grande número de *links* que apontam para sites relativamente jovens, como o *Google*, em oposição a uma quantidade certamente mais modesta de conexões para o mais antigo nó da *Web*, no *CERN*.

Estudos empíricos indicam que a distribuição a distribuição de *links* na *Web* segue uma distribuição do tipo Zipf⁵⁷. Isto implica a existência de um pequeno número de *webpages* com muitos hiperlinks, um número médio de páginas com um número médio de *links* e um grande número de *webpages* com pouquíssimos *links*. (Wentian, 1999: s.p. e Nielsen, 1997: s.p.). Configura-se, assim, na *World Wide Web*, a existência de uns poucos nós centrais altamente conectados. Abrigando uma grande quantidade de conexões, tais páginas são extremamente visíveis – “em comparação com elas, o resto da *Web* é invisível. Para todos os propósitos práticos, páginas *linkadas* por um ou dois documentos não existem. É quase impossível encontrá-las” (Barabási, 2002:58).

Resta pouca dúvida que o aumento exponencial da possibilidade de publicação na *Web* viabiliza o descobrimento e exploração de um número inestimável de novos formatos e conteúdos. Ao mesmo tempo em que, nos dias atuais, um verdadeiro exército de emissores descomprometidos com os restritivos ditames mercadológicos começa a explorar criativamente inovadoras possibilidades de uso das linguagens, outros modos de endereçamento e formas alternativas de distribuição, vai ficando também mais clara a importância da visibilidade dos conteúdos publicados nas redes de comunicação. É duvidoso, para dizer o mínimo, que a maior parte dos usuários das mídias convergidas seja capaz de encontrar mais que as poucas centenas de produtos altamente visíveis, notadamente aqueles indexados pelas ferramentas de busca e favorecidos pelas estratégias de hierarquização das mesmas. Antevejo, assim, uma paisagem em que a mídia convergida

⁵⁷ Aplicável a uma série de fenômenos, a distribuição é denominada *Zipf* em homenagem a George Kingsley Zipf (1902-1950). Trata-se de uma distribuição em que a frequência de ocorrência de um evento (P), como função do escalão (i), quando (i) é determinado pela mesma frequência de ocorrência, é uma função exponencial $\{P_i \sim 1 / i^a\}$, em que o expoente tende a um (Wentian, 1999: s.p.).

contará com milhares de produtos, de variadas configurações, permanentemente à disposição de qualquer usuário – sem que a maioria do público alcance jamais o privilégio de encontrar mais que um mesmo punhado de alternativas.

Referências Bibliográficas, Hemerográficas e Sites:

BARABÁSI, Albert-László. *Linked*. Cambridge: Plume, 2003.

CLICZ NETWORK, *Population Explosion!*, Março de 2005. Disponível *online* em www.clickz.com, acesso em 23/05/2005.

FRAGOSO, Suely. “De Interações e Interatividade”. In *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*. Vol. 3 n° 1, 2001, pp. 83-96.

FRAGOSO, Suely. “Lembranças dos Mídias Mortos”. In *Conexão - Revista de Comunicação e Cultura*. Vol. 1, n° 1, 2002, p. 103-116.

LEMONS, André. “Ciber-flânerie”. In D. Fraga da Silva e S. Fragoso, *Comunicação na Cibercultura*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

NIELSEN, Jakob. *Zipf Curve and Website Popularity*, 1997. Disponível em www.useit.com, acesso em 3/12/2004.

SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das Mídias*. São Paulo: Razão Social, 1992.

SERRA, Joaquim Paulo. “A Internet e o Mito da Visibilidade Universal”, *Agora.net#1*, s.d. Disponível em www.labcom.ubi.pt/agoranet , acesso em 3/9/2004.

SULLIVAN, D., “New Estimate Puts Web Size at 11.5 Billion Pages & Compares Search Engine Coverage”, *Search Engine Watch*, 17/05/2005. Disponível em www.blog.searchenginewatch.com/blog/050517-075657, acesso em 21/05/2005.

US CENSUS BUREAU, *World PopClock Projection*. Disponível em www.census.gov/ipc, acesso em 23/05/2005.

WENTIAN L., *References on Zipf's Law*, 1999. Disponível em www.linkage.rockefeller.edu/wli/zipf. Acesso em 3/12/2004.

Relações Sujeito-Tempo nos Diários *Online*: O “Armazenamento de Agoras”

Gustavo Fischer⁵⁸

Introdução

As discussões em torno dos conceitos de tempo são simultaneamente complexas e estimulantes dentro do cenário dos processos comunicacionais contemporâneos. Se levarmos esta premissa para o ambiente da Internet, nos defrontamos com uma quantidade crescente de produções pessoais que oferecem possibilidade de compreendermos as relações que os sujeitos estabelecem com sua temporalidade e como a ofertam para o *outro* (leitor).

No presente caso, desejamos trazer uma determinada característica encontrada em diversos diários *online* – produções pessoais formadas por registros cotidianos em forma de páginas *web* – o chamado “armazenamento de agoras” (Fischer, 2002), no qual estão disponíveis as diversas entradas (registros textuais) do sujeitos-diaristas, em uma espécie de listagem de uma série de “tempos presentes” destes autores. Entretanto, antes de avançarmos para a observação deste fenômeno, faz-se necessário adquirirmos algumas lentes de observação sobre a dimensão temporal no campo da Comunicação.

Os embates do tempo nos processos comunicacionais

Lucien Sfez (1994), ao desenvolver suas apreciações a respeito da concepção “Bola de Bilhar”, destaca que toda operação de comunicação seria analisada em *momentos* distintos. Estes momentos, portanto, acabam colocando emissor e receptor como unidades isoladas no processo. Construindo uma certa oposição, é na concepção de “Criatura” de

⁵⁸ E-mail: gfisher@unisinis.br

Bateson, que Sfez enxerga como “a metáfora do organismo”, que o tempo já não se encontra dividido entre começo e fim no processo comunicacional. Ele se voltaria sobre si mesmo, deixando de haver um desenvolvimento linear. O tempo, observado dentro de uma relação que já não afasta causas e efeitos, é então visto como circular.

De certa forma, compreender a Comunicação enquanto “organismo” é um passo interessante, representando um enriquecimento para os estudos posteriores na área. Tomando como referência as colocações de Martín-Barbero (1988), por exemplo, na busca da construção do campo comunicacional, já podemos inserir a questão do tempo enquanto mediação. Ao perceber o abismo entre a teoria da informação e os processos sociais incluídos na Comunicação, Martín-Barbero pede uma especificidade do campo que permita articular as práticas de Comunicação e os diversos movimentos sociais. O autor destaca que os processos comunicacionais podem ser estudados também a partir das mediações e não somente dos meios⁵⁹. Ou seja, das articulações entre as práticas de Comunicação e os movimentos sociais, o que necessariamente implica em detectar diferentes temporalidades dentro da pluralidade de matrizes culturais.

Martín-Barbero percebe estas mediações ao pensar o popular a partir do massivo. Uma das problematizações do autor é entender como o tempo surge enquanto mediação ao questionar a memória em relação a narração popular, onde esta é percebida como fomentadora de construção identitária das comunidades. O pesquisador procura afastar a possibilidade de que uma memória eletrônica, representativa de um tempo presente/futuro moderno, possa subjugar uma memória cultural, baseada em experiências dos povos e que não pode apenas ser encarada como algo nostálgico. O tempo nesta perspectiva, abre suas portas para questões concernentes às identidades na contemporaneidade, a partir da verificação da complexidade das relações estabelecidas no momento em que o massivo é interpelado pelo popular. A partir do momento em que diferentes constituições temporais se percebem, é importante chamar David Harvey (1992) e sua discussão a respeito da experiência do espaço e do tempo.

No seu trabalho, Harvey deixa claro que embora ainda exista a tendência de pensarmos os diversos conceitos sobre o tempo como questões de diferentes percepções ou

⁵⁹ N.E.: Sobre o tema, ver o clássico livro de Jesús Martín-Barbero, “Dos Meios às Mediações”, traduzido para o português em 1997, 10 anos depois de escrito.

interpretações em relação ao que deveria ser a “inelutável flecha de movimento do tempo” (p.188), ele não concorda e contesta esta noção a partir do momento em que a identifica como uma construção histórica. Para o autor, cada momento distinto de produção ou formação social incorpora um conjunto de práticas e conceitos sobre espaço e tempo. Enxergamos, inclusive, um diálogo mais explícito com as noções de Barbero, quando Harvey defende que “as ordenações do espaço e do tempo fornecem uma estrutura mediante para a qual aprendemos quem ou o que somos na sociedade”(p. 198). Para explicar esta complexa “mediação” do tempo e pensar o sentido dos “tempos” na vida social, Harvey apresenta uma tipologia dos tempos sociais de Gurvitch. Assim, nesta relação, fica claro que cada relação social contém seu próprio sentido de tempo.

Num primeiro olhar, se entendemos que cada relação social possui uma noção singular de tempo, poderíamos considerar que, se estas relações estão em convívio “simultâneo”, temos uma “convivência” destes diferentes conceitos. Ou seja, não há, por exemplo, uma linearidade de um tempo permanente, ligado às formações sociais rurais, que nos leva até um tempo explosivo, ligado às revoluções. O sentido de tempo, nessa concepção, não é tão “evolucionista” quanto “polifônico”, por mais tentador que seja inferirmos o contrário. Ainda assim, dentre as tipologias de Gurvitch, podemos ensaiar no tipo “tempo à frente de si mesmo (acelerado)” como aquele que parece transparecer com mais força na sociedade midiaticizada. Harvey mesmo identifica este tipo de tempo estabelecido a partir dos anos 70, de certa forma coincidindo com o crescimento dos processos midiáticos dentro das estruturas sociais. A forma do “tempo à frente de si mesmo” estaria atrelada a uma forma descontínua onde o futuro se torna presente, num contexto de capitalismo competitivo e especulador.

Esta descrição é bastante eficaz para introduzir as noções de Bill Gates (1995) que ganharam força nos mercados capitalistas mais fortes, justamente por suas conceitualizações refletirem a idéia de um futuro presentificado, o avanço que chegou, a tecnologia enquanto redentora. Ao pregar a chegada de uma “estrada” que escoará todas as relações entre produtores e consumidores, Gates procura, intencionalmente ou não, construir um conceito de tempo acelerado pelo consumo, ditado pelas relações velozes que as novas tecnologias imporiam. O conflito de Gates se estabelece se tomarmos as tipologias citadas por Harvey e também às próprias observações de Martín-Barbero a respeito do

massivo retrabalhado pelo popular na cultura de massa, na medida em que o autor acaba ambientando sua “estrada” numa concepção hipodérmico-informacional dos processos comunicacionais. Por conseguinte, seu tempo à frente de si mesmo carrega, ainda que disfarçado sob diversas hipóteses a respeito da força do consumidor, muito do isolamento entre produção e recepção.

O avançar-transmissivo de Gates aparece quando afirma que “com frequência, as únicas pessoas envolvidas numa transação serão o comprador e o vendedor” (p. 200). Ele acaba escolhendo uma unicidade de tempo e uma visão unilateral de sociedade, descartando os outros “locais” que estão enfrentando as questões propostas pelas novas tecnologias no espaço comunicacional. Embora criticável na sua abordagem da presentificação do tempo futuro, podemos reconduzir esta problemática a partir das percepções de Octavio Ianni (1995). Ianni irá citar Octavio Paz para afirmar que “a ação do mercado tem um efeito igualmente corrosivo no outro eixo da tradição poética: o temporal.”

Com isso, Ianni acredita que as técnicas eletrônicas passam a levar uma noção insólita e idílica de aldeia global, lugar de um *agora*, no qual todas as articulações, tensões e fragmentações do mundo fossem seguidamente descritas e interpretadas, fotografadas, divulgadas “por uma coletividade de intelectuais especializados em traduzir fatos, acontecimentos, façanhas, crises, impasses, realizações, revoluções e guerras”(p. 103). Desta forma, tudo se tornaria um “presente presentificado”; os fatos perderiam sua historicidade ou memória. Então, retomamos Octavio Paz a partir de Ianni, para concluir que “a perda de um passado provoca fatalmente a perda de um futuro (p. 99)”.

O(s) tempo(s) revisitado(s) nos “armazenamentos”

Retomemos nossas observações sobre o “armazenamento de agoras” nas páginas pessoais com diários *online*. É importante reforçar que este *armazenamento* trata-se da disponibilização de um espaço que permite ao leitor consultar entradas por outra instância que não pela visualização das mesmas no espaço do diário *online*. Estruturalmente, o acesso inicial aos diários destes autores remete-nos à última ou mais recentes entradas que o autor realiza. O percurso proposto pelo autor-diarista é de travarmos o primeiro contato com seu mais recente registro ou entrada. A possibilidade de tomar contato outras entradas

- que não somente as mais recentes - sugere que podemos não apenas *saber o que se passa* com o autor no tempo presente, mas também acessar os outros *tempos presentes* registrados: é o que denominamos aqui de um *armazenamento de “agoras”*, uma espécie de disponibilização indexada das entradas dos autores em seus diários *online*.

Geralmente, o *armazenamento de agoras* apresenta-se disponibilizado através de *links* situados dentro do espaço do diário *online* na página pessoal do autor. No caso de alguns diaristas *online*, os *tempos presentes anteriores* encontram-se condicionados em duas formas básicas:

- a) a página com a entrada mais atual é disponibilizada e, ao final da mesma (numa leitura que vai da mais recente para a menos recente) é possível encontrar um *link* que remete para um número de entradas anteriores às que estão apresentadas naquela página;
- b) outro *link* encontrado na página é o que leva a um calendário. Este pode estar dividido por anos (2000,2001,2002, por exemplo) e em cada ano observamos um calendário com *links* nos dias em que houve entradas feitas pelo autor.

Nestes casos parece haver um convívio entre uma representação de tempo convencional (representada pelo calendário), historicamente construído e fortemente alicerçado na idéia de fluxo contínuo do tempo com as potencialidades de leitura e descobrimento do sujeito. Um sujeito que ali se conta através de caminhos próprios estabelecidos por um leitor, que pode ou não aceitar o caminho previamente *arranjado* pelo calendário. A questão ganha mais possibilidades quando analisamos uma autora que apresenta seu *armazenamento* em diferentes instâncias no seu diário *online*, como Daniela. Além do calendário situado na página inicial que *acumula* os registros do mês corrente, encontramos uma sessão em sua página na qual temos acesso a um *armazenamento* dividido mês a mês, formado por um pequeno resumo por escrito do que se passou naquele período e *links* para os dias em que ela escreveu em seu diário *online*. Vejamos o exemplo:

“Setembro 2001: o mês da auto-destruição, pílulas para comer, sentindo dor, sutiãs de verdade, sendo odiosa, alegria despretenso terrorismo à solta, perdendo mais peso, preocupações com meu pequeno ‘marine’, se engatando com james, atlantic city, volta do cara do alarme, drama”.

A página de Daniela também possui um *mecanismo de procura*: no espaço destinado ao seu diário *online*, encontramos a opção “search” (“procura”) na qual pode-se digitar uma ou mais palavras para localizarmos todas as entradas em que esta(s) foi usada por Daniela em seu diário *online*. Nesta possibilidade, é o leitor que gera um armazenamento de acordo com a solicitação feita.

De todos os autores analisados, Daniela é a única que apresenta em sua página o mecanismo de procura e o resumo mês a mês com comentários como possibilidades de disponibilização de tempos presentes anteriores. Possibilidades que potencializam dois aspectos interessantes: novas mediações (intrínsecas ao espaço da página pessoal) entre o contar-se da autora e seus leitores e uma reflexão sobre a *presença na web* de Daniela. O resumo mês a mês com comentários, ou ainda, um rol de pequenos indícios sobre acontecimentos referentes àquele período (“terrorismo à solta, perdendo mais peso”) estabelece um indicativo prévio ao leitor sobre quais os assuntos referidos no armazenamento daquele mês.

Há também uma decisão editorial nesta prática: Daniela realizou escolhas sobre quais tópicos destacaria no seu *resumo do mês*. Fragmentado na sua construção, o resumo também transparece uma Daniela que lança pistas sobre pessoas e assuntos que não se resolvem naquele espaço de tempo ou texto: quem é o “pequeno marine”? Por que ela sente dor? Quem é “James”? são perguntas que um recorte na apresentação do armazenamento do mês de setembro de 2001 não pode responder completamente. Caberá ao leitor construir os arredores destes fragmentos, movimentando-se para “frente” e para “trás” nos resumos e entradas que eles disponibilizam. Outra estratégia remete ao mecanismo de busca para obtermos outras informações sobre os pedaços que resumem o mês de setembro de Daniela em 2001.

As estratégias de Daniela no seu diarismo *online* parecem remeter a uma história de vida “episódica”: de certa forma, “Setembro de 2001” torna-se um capítulo participante de um todo que, recortado, indica-nos que há mais para ser visto nos tempos que vieram depois daquele e que o precederam. Seu detalhado armazenamento é como um guia e seu mecanismo de busca torna-se uma espécie de gerador de um guia alternativo. Se examinarmos as entradas de outros diaristas *online* também encontraremos várias situações

que necessitariam de uma leitura em vai-e-vem para a elucidação de uma temática ou situação.

Ao explorar as diferentes disponibilidades e organizações no seu contar-se na rede, mostra como reforça *sua presença na web*, detalhando-a, apresentando percursos variados para conhecermos esta presença, seu *eu* elaborado naquele espaço. Sua identidade de diarista *online* é protagonista de sua *presença na web*, porém não apenas por disponibilizar o diário em primeiro lugar na página pessoal, como também por tornar seus *tempos presentes anteriores* um recurso para *recontar-se* na rede – através de seus resumos – ou ser *recontada* pelo leitor que pode valer-se, por exemplo, do mecanismo de busca.

Analisando a sistematização dos *armazenamentos* de entradas dos outros diaristas *online* aqui pesquisados, também surge uma característica *episódica* na medida em alguns destes autores optam pela designação de um título para cada dia registrado no diário *online*. Além disso, os autores selecionados também criam diferentes nomeações para os seus armazenamentos.

Melanie, por exemplo, disponibiliza seus arquivamentos dentro de “words”(palavras) onde acessamos sua entrada mais recente. Através de ícones que emulam comandos de velocidade de um videocassete, temos a possibilidade de executar um movimento de progresso e retrocesso pelos seus registros, além de obter uma listagem de onde transparece o *armazenamento* através da indicação da data, horário e título de todas as entradas realizadas por ela. No caso de Melanie, estão armazenadas somente as entradas que correspondem à sua “fase nova” representada pela retomada da prática de um diário *online* e fomentada pelas mudanças de sua vida extra-presença na *web*. No caso de Melanie, temos duas questões interessantes que dizem respeito à (re) construção identitária que a prática do diarismo *online* parece estabelecer com estes sujeitos: a relação com a temporalidade e as escolhas *editoriais* sobre a própria representação que o autor-diarista exerce nos armazenamentos.

Para pensarmos a primeira questão, devemos retomar o diário *online* de Daniela, além dos resumos mês a mês, no qual temos a possibilidade de estabelecer um percurso de progresso e retrocesso no *tempo* e podemos optar ao final de uma entrada em ir para “ontem” ou “amanhã”. Para Melanie, esta mesma situação é representada pelos ícones de movimentação apropriados de aparelhos eletrônicos, assim como na página pessoal de

Cris. Ao final de uma entrada de seu diário *online* temos as efetivas palavras que advogam esta mesma origem: “rewind” (retroceder), “forward” (avançar), além de “search”(procurar) que, neste caso, cumpre o papel de levar à listagem que igualmente disponibiliza títulos para cada dia registrado.

Rachel, por sua vez, designa a frase “go back in time” (volte no tempo) para acessarmos as entradas anteriores às que aparecem no seu diário *online* (protagonista da página), além do *link* “past”(passado) para acessarmos uma listagem constituída de dia e título da entrada. Lindsey, coloca “the lost entries” (as entradas perdidas) e remete a entradas suas datadas apenas de 1999. Tom é mais direto e afirma “read previous entries” (leia entradas prévias) onde igualmente encontramos uma listagem armazenando o binômio data-título.

Estas estratégias de indicação dos *presentes arquivados* salientam que estes autores não apenas criam seu tempo de vida através da inserção cotidiana de suas reflexões num diário *online*, mas também no momento em que *organizam* estes tempos com proposições de movimentação para um leitor, esteja em que ponto do tempo (representado por uma entrada) em que ele estiver. Porém, esta movimentação está sempre se dando *entre tempos presentes*, cada entrada é um recorte de uma atualidade daquele autor. O “passado” ou “futuro” é construído pela articulação entre as indicações dos autores, (“volte no tempo”, “retroceder”, “avançar”) e pelos percursos que os leitores tomam. Mais do que isso, também está em jogo uma percepção de tempo por parte dos autores que é constituinte do seu contar-se e de sua elaboração identitária na rede.

Trata-se de um tempo recortado em *presentes*, publicizado e onde desaparecem concepções convencionais nas quais um *passado* seria voltado para memórias mais distantes e um *futuro* remeteria a projetos e conquistas a ser alcançado no chamado “longo prazo”. Percorre-se nestes diários *online* uma série de presentes anteriores e posteriores como se avança ou se retrocede em uma fita de vídeo, DVD, ou as faixas de cd de música.

Ainda assim, é importante ressaltar que esta característica presente nas páginas pessoais com diários *online* remete a autores socialmente inseridos em aprendizagens do tempo socialmente constituído de fluxo único, mas que se apropriam do ambiente da *web* e produzem “materializações” do seu tempo de vida, construindo estratégias de dar-se a conhecer neste fluxo de acontecimentos, tornando-o episódico, editado, nomeado e

acelerado para o passado, ainda que constituído por “agoras”. A simulação de aparatos técnicos para chamar a atenção do leitor para o movimento entre “presentes” parece indicar que os aparatos técnicos tornam-se também mediações de aprendizado dos sujeitos com respeito à noção de tempo.

Somado a isso está uma segunda questão despertada pela análise das estratégias de armazenamentos representada pelas escolhas que estes diaristas *online* fizeram sobre *o que* arquivar de seus registros cotidianos. Melanie, por exemplo, apenas armazena as entradas pertencentes ao seu diário *online* criado a partir do momento em que decidiu *restabelecer* sua presença na *web*. Lindsey apenas apresenta as “entradas perdidas” de 1999 e o leitor já não tem acesso ao período que esteve entre seus registros atuais e o ano armazenado de 1999.

Rachel, de Joyfulgirl, também condiciona na sessão “past” (passado), registros mais recentes (com data e título) a partir de dezembro de 2001, enquanto o *link* “volte no tempo” remete às entradas completas (texto por extenso) anteriores àquelas que visualizamos na página. Rachel, Melanie e Lindsey, ao estabelecerem limites para seus “agoras armazenados” também *editam* o contar-se sobre si mesmas e, fundamentalmente, exercem escolhas para sua representação na *web*. A prática diarística *online*, portanto, constrói um sujeito que articula-se com a *presença na web* enquanto produto comunicacional, não por esta presença ser um espaço para um depósito do *self*, aberto e irrestritamente disponibilizado, mas pelas possibilidades de exercer um *posicionamento de sujeito* (Kellner, 2001) também através de como media o conceito de tempo no seu espaço da rede.

No caso dos armazenamentos proporcionados pelos autores, está em jogo ao mesmo tempo uma construção de pertença destes sujeitos com suas temporalidades e a qualificação que esta relação representa para os modos como os diaristas *online* aqui estudados desejam ser lidos/percebidos, uma ambientação que flerta com uma polifonia de caminhos para o leitor construir o sujeito, mas fortemente amparada na construção ocidental e técnica de fluxo do tempo. As estratégias dos diaristas *online* no “armazenamento de agoras” parecem, modestamente, testemunhar o embate das leituras sobre o tempo nos processos comunicacionais, no qual a estrada de Gates - que tudo levaria para “frente” - povoada de desvios promovidos pelas relações pormenorizadas e os caminhos possíveis, negociados entre autores-diaristas *online* e potenciais leitores.

Para efeito de conclusão, reforçamos a necessidade de problematizar as visões e conceitualizações em torno da variável *tempo*, como fundamentais para escaparmos de uma lógica positivista de estudo dos processos comunicacionais. Memória, historicidade, dialogia entre outras percepções a respeito da articulação do tempo no ambiente comunicacional da internet são essenciais para promover a compreensão das manifestações dos sujeitos que tensionam e repercutem condições socioculturais sobre o tempo.

Referências Bibliográficas, Hemorográficas e Sites:

FISCHER, Gustavo D. “Diários on-line e estratégias identitárias: o contar-se de sujeitos no ambiente comunicacional da internet”. *Dissertação de mestrado*. São Leopoldo: UNISINOS, 2002.

GARCIA, Néstor. *Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local*. La Plata: Universidad de La Plata, 1997.

_____. *Consumidores e Cidadãos - conflitos multiculturais na globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

GATES, Bill. *A Estrada do Futuro*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HARVEY, David. *A Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Loyola, 1992.

IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia*. São Paulo: Edusc, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Procesos de Comunicación y Matrices de Cultura: itinerario para salir de la razón dualista*. México: Gustavo Gili, 1988.

SFEZ, Lucien. *Crítica da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1994.

<http://imbroglio.net/obscurity>

<http://Joyfulgirl.org>

<http://www.souldanse.com>

<http://www.grassfire.nu>

<http://www.alt164.com>

<http://www.just-an-illusion.com/~crs/index2.html>

<http://www.Bittersweetheart.org>

2º Capítulo:

Mídias digitais na Sociedade Civil

Políticas Públicas de Comunicação e Inclusão Digital

A Contribuição da Federação Nacional dos Jornalistas e do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

Sergio Murilo ⁶⁰

Introdução

Ao longo das últimas quatro décadas, os governos brasileiros nunca priorizaram a concepção e o desenvolvimento de uma agenda programática que pudesse constituir um projeto nacional de Estado para a área das comunicações. A maior parte da realidade atual, principalmente da radiodifusão e das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's), foi implementada de fato pelo setor privado antes que fosse conquistada por direito com a devida proposição de políticas públicas debatidas no Congresso Nacional ou em conjunto com a sociedade civil organizada. O resultado é uma norma jurídica fragmentada e uma regulamentação tímida, desenvolvida principalmente na década de 60, e que imaginamos ser de conhecimento de boa parte dos presentes.

Com a intenção de preencher este vazio legal e de formular Políticas Públicas de Comunicação, impulsionado especialmente pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), desde a década de 90, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) - do qual a entidade faz parte - sustenta quatro eixos estratégicos que configuram as "Bases de um Programa para a Democratização da Comunicação no Brasil".

São eles:

- Mobilização da sociedade para incidir sobre a **organização e reestruturação dos sistemas e dos mercados de comunicação**. Afinal, se a I Guerra Mundial trouxe a percepção de que a guerra era um assunto importante demais para ser deixada apenas aos generais, as peripécias da globalização atestam, cabalmente, que a organização dos

⁶⁰E-mail: fenaj@fenaj.org.br

sistemas e do mercado de mídia é importante demais para ser deixada exclusivamente à cargo do empresariado e do Estado.

- Instituição de diversas formas de **controle público** para possibilitar a incidência democrática e legítima do interesse público sobre os sistemas estatais, públicos e privados de mídia, o que deve ser operado de forma pactuada e consensual.
- **Capacitação da sociedade e dos cidadãos para o conhecimento e a ação** em relação à mídia. Esta é uma condição essencial para o desenvolvimento da ação política em relação à comunicação e para o desenvolvimento da percepção crítica dos cidadãos.
- Reconhecimento de que a **finalidade essencial**, na luta pela democratização da comunicação, é a **construção da cultura** do país, através da mídia, com a sociedade se assenhorando, democraticamente, dos meios de produção da cultura do país, como base para a afirmação da soberania e da nacionalidade.

Na visão do Fórum, esses são os objetivos estratégicos que apontam para a agenda a ser construída e implementada a médio e longo prazo, pois faz parte de um processo cultural para transformar a sociedade brasileira e distanciá-la de comportamentos patrimonialistas, cartorialistas e corporativistas que permeiam as relações políticas e institucionais estabelecidas entre o Estado e o setor privado.

Em médio prazo, a agenda que o FNDC está desenvolvendo centra-se em objetivos específicos que podem ser assim sintetizados:

- **Projeto nacional para a digitalização das comunicações** – Na maioria dos países, com exceção do Japão e da China, a digitalização das radiocomunicações ocorreu de forma compartimentada, com a transição da TV terrestre ocorrendo sem a devida concatenação com a necessidade dos usuários, da sociedade civil e com as migrações simultâneas das estações de rádio e das operadoras de TV por assinatura. O governo brasileiro instituiu um sistema que pode levar o País a incorrer no mesmo erro da transição norte-americana, por exemplo. Mais do que o desenvolvimento de um padrão comum de TV e rádio digital para a América Latina é necessário inverter a lógica que impõe prioridades para a tecnologia em detrimento da

demanda sócio-cultural por conteúdo – calcado no equilíbrio de quatro eixos: promoção da cidadania; formação cultural; conhecimento e educação; entretenimento e lazer.

- **Defesa da soberania e da cultura nacional frente ao avanço do capital estrangeiro** – O recente processo de aquisições de posições dos sete conglomerados transnacionais de mídia⁶¹ junto aos sistemas de comunicação dos países da América Latina e do Caribe representa mais do que uma simples expansão do capital internacional em busca de novos mercados a fim de obter ganhos de escala para seus produtos. Este ingresso descontrolado geralmente ocorre com aval pleno dos órgãos reguladores do setor e apenas sob o acompanhamento e controle dos órgãos governamentais de defesa da concorrência ou de direito econômico. Os efeitos e as determinações exercidas sobre a cultura e a política de um país acabam esquecidos e relegados a objeto de estudos acadêmicos. Entretanto, a ameaça a desconstrução de um projeto de Nação, a uniformização de padrões éticos e estéticos a partir de modelos concebidos com idéias e concepções externas, a influência na agenda pública e mesmo o bloqueio do acesso à infra-estrutura de distribuição dos conteúdos por parte de produtores independentes são fatores presentes neste fenômeno, provocado pela inserção da comunicação e da informação no braço mais predatório do processo de globalização. Evitar que estes elementos se estabeleçam de forma irreversível é tarefa para uma mobilização de toda a sociedade civil organizada e dos governos da região comprometidos com a democracia e a soberania dos Estados-Nação frente a esta nova ordem social e econômica imposta pelo capitalismo internacional.
- **Fortalecimento e ampliação das instituições e espaços voltados ao controle público das comunicações** – Há dois anos, com a instalação do Conselho de Comunicação Social (CCS), órgão auxiliar do Congresso

⁶¹ Falamos aqui dos grupos *AOL-Time Warner*, *Viacom*, *News Corporation*, *Sony*, *Disney*, *Vivendi Universal* e *Bertelsmann*.

Nacional formado por representantes da sociedade civil⁶², o País passou a ter uma amostra dos benefícios que podem ser alcançados com a criação de espaços públicos voltados para o acompanhamento da área das comunicações. Assim como no Conselho de Comunicação Social, o FNDC está empenhado no estímulo ao surgimento de outros espaços institucionais que contribuam para mediar a incidência do público em relação à hipertrofia dos poderes do Estado e do setor privado sobre o sistema de comunicação social brasileiro. É possível pensar em desenvolver experiência semelhante em escala supranacional, principalmente para acompanhar e incidir sobre as movimentações continentais dos conglomerados transnacionais de mídia na América Latina e outras regiões do planeta.

- **Atualização e consolidação da legislação** – Concebida na década de 60 e parcialmente revisada durante o processo Nacional Constituinte (1986-88), a legislação brasileira da área das comunicações precisa ser adequada tanto à nova realidade tecnológica quanto ao desprezado estabelecimento de mecanismos de controle público que incidam sobre os conteúdos veiculados pelos meios de comunicação. De forma imediata, é preciso rever a alteração legal que separou, juridicamente, a comunicação social eletrônica das telecomunicações atendendo exclusivamente aos interesses envolvidos no processo de privatização do sistema estatal de telefonia. Em relação aos conteúdos, é premente a atualização da Lei de Imprensa, cujo novo texto está parado no Congresso Nacional desde 1997, bem como o estabelecimento de princípios relativos às finalidades educativas, artísticas, culturais e informativa da produção e da programação das emissoras de rádio e TV. Além da legislação geral, todas as normas específicas, principalmente as que incluem dispositivos que possibilitariam a democratização do setor, precisariam ser adequadas ao novo cenário normativo e tecnológico em que as comunicações estão inseridas em nível mundial.

⁶² Previsto pelo artigo 224 da Constituição Federal e regulamentado pela lei nº 8.389/91

- **Inclusão do ensino de educação para mídia em todos os níveis da educação formal** – No currículo dos sistemas de ensino fundamental e médio das escolas brasileiras a comunicação social e a mídia são tratadas quase como se não existissem. A adoção e a abordagem das questões que dizem respeito à comunicação na aprendizagem formal ocorrem de maneira insuficiente, geralmente vinculada a instrumentalização para o uso dos equipamentos ou simplesmente a partir de uma alfabetização digital acrítica. Num momento em que a comunicação passa a exercer determinações sobre a cultura, a política e a economia local e nacional é mais do que urgente à inserção de métodos como a leitura crítica dos meios e outros voltados para o que se convencionou chamar de *media literacy* no cotidiano das salas de aula, a fim de capacitar professores e alunos para o conhecimento e a ação em torno das questões que envolvem a área das comunicações.

Digitalização: um passo estratégico

Desde o ano 2000, a Fenaj e o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação tem atuado publicamente no debate nacional sobre a digitalização das comunicações. E ambas entidades têm feito isso a partir de uma dupla perspectiva.

A primeira diz respeito à necessidade de definição dos *objetivos sociais* da digitalização. É fundamental subordinar o avanço tecnológico e a transição analógico-digital de todos os sistemas de telecomunicações (incluindo a radiodifusão) ao interesse público e à inclusão social do cidadão – a partir do acesso a novas tecnologias e à democratização dos meios de comunicação social eletrônica. Esta ênfase parece óbvia atualmente, mas era quase inexistente em um momento onde a escolha do padrão tecnológico da TV Digital se convertia na pauta única dos ensaios do Poder Público em busca de uma política pública para a digitalização das comunicações.

No que tange a Políticas Públicas de Comunicação Social Eletrônica, entendemos que o Estado precisa assegurar diretrizes para permitir a inclusão social em todas as suas formas:

- **Inclusão digital** no sentido que tratamos neste seminário⁶³, ou seja, do cidadão ter acesso a novos serviços, prestados por empresas públicas ou privadas, a fim de exercer seu direito à informação, à educação, ao lazer e ao entretenimento.
- **Interatividade plena dos serviços**, garantida por canal de retorno em banda larga, para permitir o acesso às redes de telecomunicações das mais diferentes tecnologias. Experiências interessantes de "internet comunitária" estão acontecendo em cidades do mundo inteiro e também no Brasil. Nestes casos, o poder público municipal ou estadual, instituições universitárias e organizações da sociedade estão garantindo a criação desta infra-estrutura, em alguns casos de forma gratuita ou pelo pagamento de uma tarifa pública, a partir de redes sem fio de alta velocidade e de telecentros⁶⁴ nas regiões de periferia dos grandes centros urbanos.
- **Acesso a canais de distribuição** de conteúdos digitais de forma não discriminatória e a preços compatíveis. Assim como já ocorre em vários países, a exclusão digital só será reduzida drasticamente quando a sociedade e os governos entenderem que o livre tráfego de conteúdos nas redes de comunicação é hoje um serviço público e um direito universal do cidadão, assim como o são o abastecimento de água e a eletricidade. Não existe sociedade da informação sem esta garantia mínima por parte do Estado.

Outro horizonte se configura nos *objetivos geo-econômicos* a serem perseguidos pela política nacional de digitalização. Percebida como uma janela de oportunidade que não deve se repetir em menos de 30 anos, a migração e a fusão das plataformas e redes de informação e comunicação se converteu num fator de potência para o ingresso da economia brasileira em um novo patamar. Costumamos dizer que a necessidade de produção nacional

⁶³ N.E.: O autor se refere ao 1º Seminário Nacional sobre Mídias Digitais, do qual trata este livro.

⁶⁴ Os primeiros telecentros comunitários de acesso gratuito à população foram criados em São Paulo e em Porto Alegre, sob governos do PT.

de semicondutores e de software está para o desenvolvimento da economia do Brasil como o aço e o petróleo estiveram em décadas passadas.

Trabalhando dentro do horizonte proposto pelos dois governos brasileiros nos últimos cinco anos, a FENAJ e o FNDC têm apresentado contribuições sistemáticas dentro do mais sistemático processo público onde a sociedade teve voz até o momento. Trata-se do Comitê Consultivo do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD). Mais do que críticas, os comentários pontuais à política pública para a digitalização da TV aberta que vem sendo gestada pelo Poder Executivo contemplam o entendimento mais abrangente que norteia a posição geral das entidades sobre o processo de introdução da tecnologia digital na comunicação social eletrônica. Os principais ⁶⁵ pontos podem ser resumidos aqui:

- É incompreensível a falta de iniciativa para a formulação de uma política pública abrangente, voltada para a potencialização das melhores oportunidades de geração de sustentabilidade e racionalidade econômica, com a estruturação de um verdadeiro Sistema Brasileiro de Televisão, inclusive no estabelecimento das relações e eventual competição entre as diversas modalidades. A necessidade do desenvolvimento de tal Sistema também se mostra base essencial para a geração de estímulos à produção industrial, especialmente de semicondutores, e para a viabilização dos serviços mais adequados ao interesse público. Devido às limitações aqui apontadas, estão sendo negligenciadas oportunidades para proporcionar à sociedade acesso a conteúdo diversificado, interatividade e facilidades de banda larga, algumas das quais poderiam ser viabilizadas em condições mais rápidas, econômicas e favoráveis do que aquelas que serão possibilitadas pela TV digital terrestre (TV aberta).
- Constata-se uma abordagem tímida e insuficiente das reais oportunidades que a digitalização da televisão abre para a indústria eletro-eletrônica e de componentes, em especial para capacitar o País para a produção de

⁶⁵ Síntese dos pontos listados em *Avaliação do Documento "Cadeia de Valor"* (p.7-8), elaborado pelo FNDC, FENAJ e Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU) e apresentado em 4 de maio de 2005 no âmbito do Comitê Consultivo do SBTVD.

semicondutores, que se mostra essencial para o desenvolvimento e a produção dos mais diversos equipamentos e produtos industrializados.

- Reitera-se a observação dos prejuízos resultantes da abordagem unilateralizada da digitalização que até agora marca a elaboração do SBTVD, restrito à TV digital terrestre (TV aberta), com a sua desvinculação do desenvolvimento da digitalização das diversas modalidades de TV por assinatura, em um mercado no qual se verifica crescente integração tecnológica e econômica. Persiste uma resistência que tem impedido que a digitalização da televisão – e mesmo da radiodifusão como um todo, incluindo a radiodifusão sonora – seja tratada em seu conjunto, englobando as diversas modalidades, e criando-se condições para o planejamento das políticas públicas que tratem no seu todo, o amplo e diversificado mercado que constituem.
- As formulações até aqui apresentadas são conservadoras e inconsistentes em relação à necessidade de incremento da produção de conteúdo audiovisual e digital nacional, incluída a indústria de software. Trata-se de um importante fator de afirmação da cultura brasileira e da soberania e da autonomia estratégica do País. Também é fator de estímulo ao crescimento do mercado interno, ao acesso da população a conteúdos diversificados e à ampliação e qualificação da competitividade do Brasil no mercado internacional.
- Foi esvaziado o papel dos cidadãos, definidos simplesmente como "usuários". Quem apenas usa, não protagoniza. Uma contradição severa diante dos propósitos de afirmação da cidadania e das possibilidades técnicas da interatividade. Resulta destas incongruências uma inadequada compreensão do papel dos cidadãos, tanto como fonte de valor na constituição das audiências de televisão, assim como agente ativo no processo comunicacional e na estruturação e regulação do SBTVD.
- Também é esvaziado e incompreendido o papel do Estado, que surge, em diversas oportunidades, limitado ao fornecimento de "subsídios". Deixa-se

assim de caracterizar os papéis decisivos do Congresso Nacional e do Poder Executivo como estabelecadores das bases da regulação do SBTVD. Sem uma adequada percepção do papel destes agentes, parece-se sugerir que o desenvolvimento do SBTVD será movido e fundamentado exclusivamente pelas decisões e pela dinâmica do setor privado.

- Não se considera que as atuais e as futuras definições legais e regulamentares podem condicionar, em larga medida, os processos técnicos e as relações econômicas, em consonância ou em contradição com o interesse público, no sistema de radiodifusão brasileiro. O atual sistema foi "naturalizado" como se fosse inerente às relações sociais e econômicas que o estabeleceram. É imprescindível perceber-se que o mercado de radiodifusão de sons e imagens não "é", tal como foi definido, mas "está" assim, porque assim o determinam ou possibilitam as definições legais e regulamentares. Historicamente este sistema foi constituído, com forte influência política do setor privado, incidindo principalmente sobre o Governo Federal.

Uma pauta mínima

Antes de parar para discutir uma Lei Geral da Comunicação Social Eletrônica, o Brasil precisa consolidar os esforços de formulação de políticas públicas do setor que se encontram pulverizados em propostas apresentadas pela sociedade civil ou incluídas na Constituição Federal, mas que permanecem desregulamentadas ou despotencializadas. Acreditamos que este desafio, por si só, pode contribuir em muito com os objetivos de inclusão digital e democratização da comunicação.

Mesmo as boas iniciativas do governo federal no sentido da inclusão digital e cultural continuam dispersas em programas que não se comunicam entre si. É o caso de bons programas do Ministério da Cultura – como os Pontos de Cultura⁶⁶ e Cultura Digital, e da Casa Civil - como o projeto Casas Brasil e o PC Conectado – que possuem ligação com os do Ministério das Comunicações – como o Governo Eletrônico e o Serviço de

⁶⁶ De acordo com o Ministério da Cultura, serão 600 novos pontos em 2005.

Atendimento ao Cidadão (Gesac)⁶⁷, mas estão desvinculados da Política Nacional de Informática e dos projetos de pesquisa, com recursos do Funttel, que estudam alternativas brasileiras para a TV Digital. Muito menos com a política de telecomunicações, o acesso às redes de TV por assinatura e telefonia ou a programas ligados às tecnologias de educação, como o Proinfo e a TV Escola.

Para unir estes pontos, não é preciso uma lei geral. Uma conjuntura global, onde continuam indefinidos processos como o da convergência tecnológica, a sustentação econômica dos sistemas de comunicação e a melhor forma de estabelecer o controle público da mídia, leva a crer que o debate precisa ser iniciado sem data para ser concluído. Ao Estado cabe saber definir as leis e o modo como serão aplicadas. Ao setor privado, saber seus limites e responsabilidades. E à sociedade, descobrir suas prioridades comuns.

Entretanto, a formulação não pode ser tão abrangente que dê margem para um impasse, nem tão tímida que deixe tudo como está. A FENAJ acredita que uma lei possível, no caso do Brasil, deveria ser iniciada por um debate nacional que contemplasse pontos consensuais. Este esforço já ajudaria a desatar o cipoal de normas criadas de 1962 até 2002. Algumas destas necessidades estão na ordem do dia, mesmo que de forma isolada:

- Constituição de mecanismos eficazes de fomento à produção audiovisual e de garantia de acesso igualitário aos canais de distribuição de conteúdo a partir das diversas regiões do país e dos diferentes tipos de produtores
- Reforma da Lei da Radiodifusão Comunitária (9.612/98) com o fim da repressão às emissoras que operem como regem as normas, permitindo o acesso das comunidades mais carentes e de regiões remotas aos serviços que podem ser proporcionados pelo rádio digital
- Uniformização da regulamentação do segmento de TV por assinatura dentro dos princípios e da função social da Lei do Cabo (8.977/95), principalmente no que se refere ao conceito de rede pública e única, à obrigatoriedade do transporte de canais abertos e gratuitos e ao fim da exclusividade na distribuição de programação

⁶⁷ De acordo com a Secretaria de Telecomunicações do Ministério das Comunicações, são 3.200 Pontos de Presença existentes, com mais 1.200 a serem instalados em 2005.

- Estudo de limites à concentração da propriedade dos meios eletrônicos e obstáculos à formação de monopólios e oligopólios nos diferentes mercados e entre eles, sejam por iniciativa do capital estrangeiro ou de grupos nacionais associados com conglomerados transnacionais de mídia e/ou telecomunicações
- Atualização da Lei de Imprensa (lei nº 5.250/67) a partir do projeto de lei que está pronto para ser votado e que define direitos e deveres objetivos para o exercício da liberdade de imprensa

As escolhas que estão em curso nesta década devem determinar o grau de autonomia ou de dependência tecnológica, industrial, comercial e, especialmente, cultural com os quais as nações conviverão ao longo deste século. A inclusão dos mais amplos setores sociais no debate da digitalização e na determinação de uma política nacional para o setor é estratégica para o Brasil enquanto Nação independente e soberana e essencial para o longo e irrenunciável processo de democratização da comunicação no País.

TV Digital – Canalização ou sociedade

Alexandre Kieling⁶⁸

Introdução

Estamos no limiar de uma definição do governo brasileiro sobre o sistema de transmissão de TV Digital que deverá ser adotado no país. Tal definição não implica apenas em escolhas sobre padrões de compressão, modulação, aplicações e recepção de sinais de vídeo e áudio. Não se trata apenas de optar por alta definição ou definição estander; monocanalização (um canal por banda - 6 Mhz, caso Brasil - de transmissão) ou multicanalização (no sistema digital é possível até quatro canais por banda de transmissão); interatividade elementar (acesso já usual por telefone) ou interatividade máxima (acesso via canal de retorno). A decisão vai transcender seus aspectos tecnológicos, pois vai impactar em, pelos menos, outras três determinantes:

1. a economia política, isto é, a sustentabilidade, através dos modelos de negócio e serviço;
2. a organização social, através do marco regulatório que delimita papéis do estado e do âmbito privado. Ou seja, o que se pode e não pode fazer e quem faz o quê;
3. o conteúdo, que aparece através do discurso social e da produção cultural.

Estamos, portanto, no limiar de um fenômeno com impacto equivalente ao que instituiu as sociedades industriais midiáticas (Verón, 2004) no século XIX com o progresso da imprensa escrita e com o posterior surgimento do rádio e TV no século XX. Ou o da constituição da sociedade midiaticizada (Verón 2004) com a evolução das mídias eletrônicas incrementadas no pós Segunda Guerra Mundial. Circunstâncias que nos remetem ao conjunto de variáveis presentes na instância de produção da mídia - lógica econômica, política, tecnológica e social que tencionam a produção do discurso midiático e,

⁶⁸ E-mail: akieling@unisinos.br

portanto, os lugares autorais deste discurso - questões que ainda não demos totalmente conta com a experiência da TV analógica.

Os estudos de Comunicação, entre outras tantas abordagens, debruçaram-se sobre as relações entre produção e reconhecimento, na análise do discurso social mediado pela mídia (Verón, 2004), percebendo uma zona de poder na organização destes discursos. Tais estudos analisaram as operações ideológicas em favor de um discurso hegemônico⁶⁹ que se confrontam com resistências culturais (Barbero, 1997), gerando um espaço de possíveis regulações a partir da identidade ou da alteridade (Eagleton, 2000), chegando a uma complexidade ainda não suficientemente apurada.

Nesta perspectiva é preciso levar a discussão para além da Engenharia, do espaço sagrado e impenetrável do técnico, um lugar onde a única lógica estabelecida é a do sistema. Faz-se imprescindível saber da sociedade o que queremos com o Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD). Não estamos diante apenas da solução para o problema da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) com a canalização (uso) do espectro de radiodifusão terrestre. Precisamos de um olhar mais atento às lógicas que presidem as ações como, por exemplo, que noção preside essa discussão: *Comunicação como processo ou como um sistema?* Para a teoria da comunicação a questão parece já esgotada, vários estudos concluem pela noção de comunicação como processo, entretanto, o que trazemos aqui é o deslocamento que tende a sofrer esta noção quando a comunicação é midiaticizada e os sistemas tecnológicos das mídias tendem, enquanto meio, a ordenar o processo impondo nele lógicas de controle e poder fortemente presentes na noção de sistema onde a instância produtora dispõe de mecanismos reguladores.

É fundamental clarear a função social da radiodifusão, assim como o entendimento sobre a cadeia produtiva do audiovisual e a estruturação da economia deste segmento com vistas a sustentabilidade de todos os atores. Propõe-se aqui um percurso de risco, largando-se do nosso lugar empiricista e recortando a análise a partir de um evento do presente: a discussão e pesquisa sobre o Sistema Brasileiro de TV Digital.

⁶⁹ No sentido dado pelo filósofo italiano Antonio Gramsci.

Comunicação: processo x sistema

Parte-se da premissa de que a Comunicação é um processo que para se estabelecer depende da relação entre sujeitos e meios como a linguagem e canais de difusão, portanto de sistemas que estruturam esse processo. A questão que se coloca é: que nível de interdeterminação interna ou interdependência se opera?

No caso da difusão observa-se um forte tensionamento do suporte, do sistema operacional da tecnologia nas condições de realização do processo comunicacional. Em algum grau, a funcionalidade do sistema maquínico impõe restrições que direcionam e hierarquizam os deslocamentos possíveis. E, por vezes, a relação comunicacional, operada nessa lógica, limita-se à ordem dos usos e das demandas, numa restrita razão de causa e efeito.

No caso da linguagem aplicada nos meios massivos, particularmente eletrônicos como a televisão, que recorrem ao audiovisual, a imbricação com as teias tecnológicas também levantam questões de cruzamento entre o processo comunicacional e o sistema maquínico. Verificam-se fenômenos de sujeição e instrumentalização, eventos de dependência e de controle. Entrecruzam-se lugares do sujeito e da sociedade nas trocas simbólicas, articuladas por matrizes de referência estética com traços ideológicos que asseguram certa regulação à produção de sentido.

Não é demais lembrar que o meio enquanto suporte desenhado por uma arquitetura de Engenharia obedece à lógica da regularidade, demandando uma estabilidade para seu funcionamento só possível graças a uma organização sistêmica. A ordem dos sistemas experimentada no telégrafo, por exemplo, estruturou as condições de comunicação operadas naquele meio. Todo o processo de produção de sentido através de trocas entre emissor e receptor no caso do telégrafo dependia das condições ditadas pelo sistema.

O sistema e a estrutura

A história do pensamento nos últimos dois séculos travou uma batalha com a dialética relação entre o sujeito e a sociedade, o real e sua representação. Da ruptura, sustentada pela

razão, positivistas como Freud (1969) mergulharam no interior do indivíduo e emergiram com uma arquitetura que sistematizou e estruturou a própria relação entre a razão e emoção que ele preferiu chamar de “aparelho mental”. Partiu da reflexão do pai da Psicanálise, conceitos de estrutura do consciente e do inconsciente, onde o ego seria formado pelo id (inconsciente, reservatório de energia afetiva) e pelo superego (consciência, a realidade externa). Inaugura-se aqui uma visão de sistema para dar conta do entendimento da repressão do indivíduo sobre ele mesmo em contraponto a outra percepção posta a partir da teoria freudiana que é a subjetividade, o oculto, o indeterminado que pode operar a margem da lógica do consciente repressor. Sem dúvida, um legado pré-estrutural e sistêmico que, entretanto, parece-nos, um esforço para desenhar um inquietante *processo* que dará, mais tarde, em Lacan (Apud Lecth, 2002: 83-87), luz ao simbólico, ao lado da noção de real e imaginário. Outro esforço estrutural para dar conta da relação *processual* entre o que é, o que imagino ser e o que vejo.

A sociedade enquanto sistema aparece em Marx (1977) onde o poder interior da estrutura produtiva vai reger e controlar as relações do indivíduo e onde a consciência ganha papel de reação positiva em oposição à alienação, a não consciência. Em Marx, o opressor é o sistema que, por sua vez, também opera em razão de ideologia. Na busca de poder decifrar essa força, o filósofo alemão esmiúça o sistema produtivo a partir da interrelação entre produção, distribuição, troca e consumo.

Para ele, na produção os membros da sociedade “adaptam os produtos da natureza em conformidade com as necessidades humanas”, (1977: 217-221) e referencia no final criando objetos que correspondem às necessidades dos indivíduos. Caberia a distribuição determinar a proporção do indivíduo na partilha, de acordo com as leis sociais, uma quota-parte só materializada pela troca, com base nas necessidades individuais somente desfrutada no momento do consumo, tornando-se aí objeto de apropriação, de prazer. Curiosamente, o que se mostra linear ganha configurações de processualidade. Isso ocorre quando Marx, mesmo definindo produção como ponto de partida e consumo como chegada, diz que os tais extremos operam numa relação dialética e admite graus de interdeterminação entre produção e consumo a partir da circulação.

Em que pese o destaque para o viés de dominação e hegemonia⁷⁰, o circular, acredita-se, abre espaço para certa imprevisibilidade presente no processo. Talvez um viés de desordem que na visão de Luhmann (1997) chamaria o sistema a uma reorganização interna, estruturando novos processos, onde o protagonismo sempre será da instituição jamais do sujeito que para ele opera como agente social. Uma operação da autopoiesis de Maturana (1999), interpenetrando os sistemas e assegurando sua auto-organização. Ainda assim, imagina-se, um espaço de movimento, de deslocamento, uma fuga do linear, uma operação do processo tensionando o fechamento do sistema, uma tentativa de escape.

Marx vê este movimento somente na estrutura social dentro do sistema quando afirma que “na produção o indivíduo objetiva-se e no indivíduo subjetiva-se o objeto” ou que “na distribuição é a sociedade, sob a forma de determinações gerais dominantes, que faz o papel de intermediária entre a produção e o consumo” (1977: 222 - 225). Há aqui uma ação do sistema estruturando o todo.

Uma ordem de determinação também presente na razão do sistema lingüístico de Saussure, o pai do Estruturalismo (1972). Saussure diz que a linguagem, sempre ordenada de forma específica, é um sistema ou uma estrutura. Segundo ele, qualquer elemento individual não tem sentido fora dos limites desta estrutura. As diferenças existentes, que não são termos positivos, operam como uma espécie de totalidade, conferindo prova de arbitrariedade dos signos, determinados em convenções coletivas nunca do indivíduo. Saussure faz uma distinção entre *Langue* (linguagem natural individual vista como estrutura ou sistema) e *Parole* (atos individuais do discurso ou atos da linguagem como processo). Outra vez, aparece o processo amarrado pelo sistema e controlado pela estrutura.

Trata-se de um movimento que inaugura os estudos a partir de uma análise dos sistemas sócio-culturais e influencia a lógica maquínica que virá vingar como motor do suporte e das lógicas da tecnologia. Uma tendência que ganha fôlego com os funcionalistas norte-americanos que, enfrentando o dilema da abordagem humanística, científica e

⁷⁰ Tema presente também nas preocupações com a *reprodutividade* – banalização - cultural, destacada mais tarde por Walter Benjamin (1996) quando avança na leitura dos riscos desse sistema produtivo, operado na Indústria Cultural – estandarização – de Adorno e Horkheimer. N.E.: Adorno e Horkheimer cunharam o termo “indústria cultural” em *A dialética do Esclarecimento* para se referir à produção de cultura de massa. Os três autores fazem parte da chamada Escola de Frankfurt.

tecnológica, seguem com Lazarsfeld⁷¹ uma abordagem científico-administrativa. Os funcionalistas realizam estudos de conexão entre prática e as relações com as empresas que as sustentam, propondo uma abordagem também histórica, social e cultural.

Para Lazarsfeld (apud Cohn, 1971), o que importa é conhecer o impacto desse processo sobre o homem e a sociedade fazendo-o escrever o manifesto de fundação dos estudos de comunicação mediada em 1941. A Escola de Columbia (1940-1970), em que pese à limitação ou prisão em que colocava seus estudos⁷², alimentava uma crença do poder de controlar e dirigir a massas que tentava submeter à prova empírica, buscando desenhar métodos capazes de mensurar as reações das pessoas às mensagens, confrontando causa e efeito, como o primeiro estudo da campanha de Roosevelt em 1940.

A Escola de Columbia acreditava que a capacidade de produzir efeitos não depende das mensagens, mas das predisposições, socialmente condicionadas, da audiência. E que relação emissor-receptor não depende da vontade do primeiro tendo variáveis no sistema social com dependências em diversos fatores como a posição social, formação familiar, nível de instrução e crenças políticas. Nessa perspectiva, Lasswel arrisca uma estrutura à função da comunicação na sociedade. Influenciado por uma noção biológica de organismo, buscou na teoria dos efeitos limitados e indiretos, um conhecimento do uso para determinar o significado do fenômeno onde o efeito é a função.

Pode estar na inspiração desta visão estrutural-funcionalista as motivações e conceitos da lógica presente na matriz dos sistemas adotados pela tecnologia para o desenvolvimento dos suportes de Comunicação. Um viés de controle do processo social, estruturando as relações entre emissor e receptor, produção e recepção, sistematizando as mediações entre as instituições. Afinal, parte dos funcionalistas (Cohn, 1971) a noção de ato de comunicação na estruturação do quem (análise de controle), diz o quê (análise de conteúdo), em que canal (análise de meios), para quem (análise de audiência) e com que efeito (análise dos efeitos). Ou seja, uma relação de necessidade e valores onde as comunicações apóiam as instituições (poder e ideologia)⁷³.

⁷¹ LAZARFIELD, Paul e MERTON, Robert. In: COHN, Gabriel. *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional/EDUSP, 1971.

⁷² Baseada em estudo pioneiro de Lasswel em *Técnicas de propaganda na Guerra Mundial*, em 1927.

⁷³ LASSWEL, Harold. In: COHN, Gabriel. *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional/EDUSP, 1971.

É uma regulação que a Escola de Frankfurt virá sistematizar numa visão bem mais crítica. Da mesma forma, um lugar do sistema para ordenar o processo. É nessa perspectiva que vimos nascer a televisão analógica, o computador e agora a TV digital onde o processo de comunicação vê o sistema social e produtivo amarrar as relações entre os sujeitos do ato comunicacional. O mundo digital que se avizinha sugere um cenário de convergência das mídias, materializando a Sociedade de Redes que Castells observou em 1997 e que fez Barbero (2004) destacar que estamos vivendo uma reconfiguração das mediações que constituem os modos da política interpelar os sujeitos. Mas a forma como ameaça se instituir a partir da lógica tecnológica reforça outra percepção de Barbero, de que o técnico assume a condição de “*fim*” deixando de ser meio, instrumento, para ordenar as relações sociais, levam-nos a rever o lugar autoral da recepção.

Nesse horizonte é preciso revisitar o lugar que a recepção (sujeito) ocupa nas estratégias de produção da sociedade midiaticizada, particularmente da televisão. É necessário entender o que efetivamente se articula nesse papel de “*fim*” da tecnologia a partir das relações entre a noção de sistema e processo, delimitando o lugar do autoral no discurso midiático para somente, então, buscar os impactos e possíveis alterações que o processo de digitalização da TV, poderá implicar. Especialmente, verificar que lugar, possível, reserva-se ao sujeito-receptor.

Estamos, portanto, outra vez diante de uma nova fase tecnológica dos meios de comunicação em que, novamente, a noção de *sistema* tenciona a de *processo*. A digitalização de todos os meios (rádio, TV, cinema, etc.), num possível cenário de convergência, arranca da premissa que privilegia, assim, a relação homem-máquina insistindo num viés de não reconhecimento da relação entre sujeitos em que a máquina é meio. Mesmo o desenvolvimento dos aplicativos de *interatividade*, o desenvolvimento de *hardware* e *software*, se inspira na relação do sujeito com a máquina.

A comunicação mediada experimentou no século XX a construção de um espaço público onde a distribuição massiva de conteúdo através dos meios eletrônicos, como a TV, instituiu níveis de articulação e, portanto, interação num fluxo de produção de sentido e troca simbólica entre quem produzia e quem recebia. Segundo Verón (2004: 277-279), processou-se nesta transição entre a sociedade midiática e a sociedade midiaticizada uma “adaptação das instituições das democracias industriais às mídias, tornando-se estas últimas

as intermediárias incontornáveis da gestão do social”. Tal intermediação, acredita Verón, tem uma tendência de se tornar autônoma e tensionar (ele chega a dizer curto-circuitar) as instituições políticas.

Produção e reconhecimento

O mesmo Verón (2004:82-85) ao desenvolver reflexões sobre a teoria do discurso social, propõe que as relações de produção e reconhecimento “é constitutiva da circulação do sentido”, o que nos permite identificar um processo comunicacional onde há “interlocutores”, dentro dos “processos tecnológicos de comunicação”. Ocorre que tal defasagem tende a ganhar nova temporalidade com o desenvolvimento da tecnologia, particularmente as possibilidades digitais. Hoje o tempo de resposta já pode variar dependendo do canal de *feedback*: carta, telefone ou Internet. Tal perspectiva requer uma questão: que níveis de variáveis teríamos com a digitalização e a convergência das mídias? Seguramente, o fenômeno tende a produzir tensionamento entre os sujeitos da produção e sujeitos da recepção, constituindo, de certo modo, um espaço de operações de poder. Verón diz que na “análise dos discursos poder é o nome do sistema de relações entre um discurso e suas condições (sociais) de reconhecimento”. Um conceito de poder, que na noção de autor, diz respeito, a “problemática dos efeitos de sentido dos discursos”. Um lugar autoral, imagina-se, de estruturação do discurso social.

Confronta-se aqui um *processo* complexo, não-linear, graus de indeterminação à linearidade e ao determinismo do *sistema* de comunicação massivo da televisão aberta que opera na relação de um para muitos. Nota-se na sociedade midiaticizada a presença de um confronto de lógicas de construção ou operação discursiva nesse lugar autoral da mídia. De um lado a instituição midiática tende a usar o sistema físico dos meios (lógica de *sistema*) para estruturar o processo entre as instâncias de produção e recepção. Por outro, o fenômeno da circulação institui o processo comunicacional (lógica do *processo*) onde o discurso do reconhecimento (Verón, 2004) tende a lançar mão dos meios para abreviar o tempo de defasagem na resposta. Isso mostra que é necessário rever as operações e relações destas lógicas de sistema e processo para o entendimento das premissas que deve nortear

uma abordagem dos possíveis lugares autorais do sujeito da recepção na construção do discurso social midiaticado e suas possibilidades na digitalização.

Na televisão, as instituições produtoras, tanto comerciais quanto públicas, esforçam-se para reconhecer a existência da recepção como sujeito. A TV privada dirigida a grande massa, na sua lógica de mercado, o máximo que consegue é tratar o telespectador como audiência. Recorre às estratégias da pesquisa de opinião, mesmo que usando a interatividade através da Web, para reconhecer, mas delimitar o possível lugar autoral, o espaço do discurso de reconhecimento do telespectador. A TV pública, por razão de origem, anuncia sua missão de tratar o telespectador como cidadão buscando o discurso de reconhecimento com a participação protagonista no “interdiscurso” (Verón, 2004) desta mídia.

Percebe-se uma aplicação da raiz cartesiana, na matriz conceitual de sistema, na aplicação da tecnologia como instrumento de satisfação das necessidades do consumidor onde a relação ainda é de oferta para uma imaginada procura. Nem a boa vontade do governo manifestada no decreto presidencial que institui as premissas para a implantação de um serviço digital é suficiente para desconstituir a visão de *sistema* como estatuto. Nos documentos publicados até agora pelo SBTVD, como é o caso do *Cadeia de Valor*⁷⁴, o reconhecimento do público está lá, mas relegado a categoria de usuário, de consumidor de serviços.

Assim, o reconhecimento do telespectador como público, como sujeito ativo no processo de troca simbólica e produção de sentidos com o sujeito da produção na relação midiaticada parece estar longe de ser a lógica orientadora das práticas e estratégicas da comunicação social, sobretudo na TV. A visão de sistema em que a tecnologia é que demanda o conteúdo, que determina que este se adapte aos seus limites e a sua ordem, e não o contrário, oferece-se como lógica predominante. Desta maneira, a comunicação midiaticada e os sistemas tecnológicos das mídias, enquanto meio, tendem a persistir como ordenadores do processo comunicacional.

No interior deste movimento de possível permanência dos dispositivos de controle e poder, rearticulam-se as estratégias da instituição midiática, seja comercial ou pública, com

⁷⁴ Disponível no site www.mc.gov.br.

vistas à manutenção de papéis e contratos presentes hoje no estatuto dos meios analógicos que estruturam as relações entre as organizações e a sociedade. Uma articulação que se materializa e se instrumenta na natureza e na complexidade da mídia, especialmente a eletrônica e televisual: a TV comercial depende da audiência e, portanto, de uma programação que atenda um público geral; a TV pública embora devesse por natureza trabalhar a dimensão de identidade e expressão cultural do “usuário” como cidadão, mostra-se dependente das diretrizes do governo e não do estado. Ainda assim, tanto as televisões comerciais quanto públicas acreditam que, graças a Internet, por exemplo, o público hoje já participa da construção discursiva das narrativas presentes na TV.

Até agora as manifestações dos radiodifusores comerciais, por exemplo, colocam como único horizonte possível a adoção da alta definição e de uma codificação padrão, não escalável, do sinal de vídeo. Eles descartam enfaticamente a definição estandar e a escalabilidade que permitem a inclusão de condições de recepção mais abrangentes e de outros produtores de conteúdo e não somente as grandes redes, únicas com capacidade para investir em alta definição. Com isso, reduz-se a possibilidade de que o brasileiro que possui uma TV analógica de 14 polegadas comprada em 30 meses possa igualmente acessar e utilizar os benefícios da “nova tecnologia”, sem ter muitos gastos além da aquisição da caixa conversora⁷⁵.

Função social do sistema

Está na constituição, na legislação específica que hoje regula a radiodifusão de sons e imagens, uma concessão pública (condição, por si só, já suficiente para resguardar premissas de compromisso público) a obrigação das concessionárias dos serviços com a socialização dos bens culturais, democratização da informação, difusão do conhecimento, da identidade nacional e da promoção da cidadania. Esta é uma referência, a partir de uma nova regulamentação (estendida aos serviços por assinatura, telefonia), que deveria nortear e ajudar na construção de uma renovada cadeia de valor na visão econômica do setor,

⁷⁵ Também conhecida como *set top box* ou Unidade Remota Decodificadora (URD), similar às utilizadas pelas TVs por assinatura.

incluindo papéis e sustentabilidade dos atores: emissoras, comerciais, estatais e públicas (comunitárias, universitárias e educativas mantidas por instituições sem fins lucrativos), produtores independentes, operadoras de infra-estrutura de rede ou transmissão (novo segmento possível na TV Digital). O Conselho Consultivo do SBTVD chegou a contribuir para essa discussão com o documento “Cadeia de Valor”⁷⁶ sugerindo definições como:

1. Modelo de serviços: definição sobre o conjunto de meios, recursos e sistemas tecnológicos, e sua correspondente funcionalidade, bem como os procedimentos que habilitam o provimento das facilidades e sistemas de distribuição de conteúdo, desenvolvidos para atender ao público da TV digital terrestre.

2. Modelo de negócios: definição sobre a sustentabilidade dos serviços que são submetidos à exploração comercial, prestados por empresas e instituições privadas e públicas com fins lucrativos, visando a remuneração dos investimentos, ou sem fins lucrativos, com o propósito de financiar suas atividades.

3. Modelo de financiamento não-comercial: definição sobre a sustentabilidade dos serviços que não submetidos à exploração comercial, prestados por empresas e instituições estatais, públicas ou privadas.

4. Modelo de implantação: definição sobre as políticas públicas – com base em legislação e regulamentação existente ou a desenvolver – que orienta, no "Modelo de Referência", o processo de instalação dos meios, recursos e sistemas tecnológicos do SBTVD, em bases planejadas, para obter viabilidade técnica e econômica e maximizar os benefícios sociais.

As sugestões que, em princípio, foram incorporadas ao documento procuram mostrar a necessidade de olhar a função social deste “sistema” no processo de desenvolvimento econômico e social do país. Há nestes enunciados um primeiro esforço no fazer pensar sobre papéis e formas de sustentação. *Primeiro* reconhecendo os novos atores, que o documento original timidamente apropriava, *segundo* provocando a noção de sustentabilidade para além da venda de espaço no intervalo (principal sustentação da TV analógica comercial hoje) que vem mostrando encolhimento nos últimos anos, embora a

⁷⁶ Disponível em www.sbtvd.cpqd.com.br (acessar cadeia de valor).

fatia no bolo de receitas publicitárias ainda seja significativa e capaz de movimentar bilhões de reais. Apesar disso, é exatamente essa receita que se impõe determinante nas ações tanto do Ministério das Comunicações quanto dos radiodifusores.

Em que pese quase um ano de discussão no Conselho Consultivo do SBTVD e a força das pesquisas que mobilizam 13 consórcios de universidades, institutos de pesquisa e empresas, juntando mais de mil pesquisadores⁷⁷, a agenda principal dos radiodifusores e de alguns setores do governo, é definir logo o sistema com base na alta definição. Isso ocorre a partir de um dos padrões existentes que a Associação Brasileira de Televisão (ABERT) - leia-se TV Globo – considera mais adequado: o japonês; de monoprogramação através da oferta de uma única grade de programação. Ou seja, a proposta da ABERT é manter tudo como está, passando apenas para o modelo digital em alta definição.

Os novos serviços que as empresas e alguns setores do governo admitem é a recepção móvel para venda de conteúdo customizado em *palm*s e celulares, quando muito incluindo, *Enhance TV*. Trata-se de um dispositivo que permite consultas a estatísticas de um jogo, replay de melhores momentos, escolha de finais diferentes em programas com a participação do público, escolha das câmeras usadas numa transmissão de jogo ou eventos, ou, ainda, o vídeo sob demanda em que o “usuário” baixa no celular informações ou gols do time preferido e, claro, o *pay per view*, ou seja, a compra customizada de conteúdo.

Essa posição dos radiodifusores encontra-se na contramão do que acontece em outros países onde a TV digital já existe há mais tempo e as escolhas se voltam para um modelo de convergência. Nesses países, são adotadas tanto transmissões e alta definição quanto definição estander, o uso de multiprogramação (vários canais numa mesma banda com oferta de conteúdo diferente) ou a criação no novo mercado de operadores de rede. No Brasil, os radiodifusores persistem em tratar o tema apenas através da abordagem técnica e manter a visão mercadológica atual.

Considerações Finais

Tratar o telespectador como sujeito, com direitos, com participação no processo comunicacional mediado pela TV e onde a tecnologia apareça como suporte, através do

⁷⁷ Abrindo espaço para o desenvolvimento de uma política industrial de semicondutores e na construção de um paradigma econômico como foi a exploração de petróleo para o Brasil no século passado.

sistema de televisão digital terrestre, parece uma visão ainda de caráter apenas retórico nos movimentos empreendidos até agora pelos atores protagonistas (no governo e fora dele) das discussões e ações do SBTVD. A própria visão de inclusão digital, razão do decreto presidencial, é tratada numa perspectiva elitista voltada somente para o potencial consumidor e não, também, do sujeito a ser incluído. A prioridade é dada unicamente ao consumo⁷⁸, reenviando sua capacidade potencial de aquisição à produção.

Estamos muito distantes de atender as exigências do Decreto 4.901, de 26 de novembro de 2003, baixado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em especial no seu artigo 1º que institui o SBTVD e possui os seguintes objetivos:

- I. 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;
- II. propiciar a criação de rede universal de educação à distância;
- III. estimular a pesquisa e o desenvolvimento e propiciar a expansão de tecnologias brasileiras e da indústria nacional relacionadas à tecnologia de informação e comunicação;
- IV. planejar o processo de transição da televisão analógica para a digital, de modo a garantir a gradual adesão de usuários a custos compatíveis com sua renda;
- V. viabilizar a transição do sistema analógico para o digital, possibilitando às concessionárias do serviço de radiodifusão de sons e imagens, se necessário, o uso de faixa adicional de radiofrequência, observada a legislação específica;
- VI. 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;
- VII. estabelecer ações e modelos de negócios para a televisão digital adequados à realidade econômica e empresarial do País;
- VIII. aperfeiçoar o uso do espectro de radiofrequências;
- IX. contribuir para a convergência tecnológica e empresarial dos serviços de comunicações;

⁷⁸ A partir da visão de Marx.

X. aprimorar a qualidade de áudio, vídeo e serviços, consideradas as atuais condições do parque instalado de receptores no Brasil;

XI. incentivar a indústria regional e local na produção de instrumentos e serviços digitais.

Nossa prática ainda faz-se distante do discurso. Nossas matrizes conceituais ainda abrigam equívocos e reservam lugares de poder onde o instrumento configura-se como fim e o sujeito se reduz a objeto de consumo. Há muito que andar. Um sistema de transmissão é meio do processo de comunicação que tem papel social claramente definido. A canalização do espectro de radiodifusão deve contemplar todos os atores de uma nova cadeia produtiva com uma visão de sustentabilidade de negócios e serviços que incluam um programa de desenvolvimento econômico e social. Estas são questões ainda em aberto. Provocações que se pretende retomar. E, em sendo *processo*, o *sistema* não fecha.

Referências Bibliográficas, Hemerográficas e Sites:

CASTELLS, Manuel. *Lutas Urbanas e Poder Político*. Col. A Cidade em Questão, 5. Porto: Ed. Afrontamento, 1976.

_____, *A Galáxia da Internet. Reflexões sobre Internet, os Negócios e a Sociedade*. Rio: Jorge Zahar, 2003.

EAGLETON, Terry. *La Idea de Cultura: en la mirada política sobre los conflictos culturales*. Barcelona: Ediciones Paidós, 2001.

FREUD, Sigmund. *Novas Conferências Introdutórias sobre Psicanálise e Outros Trabalhos (1932-1936)*. Rio de Janeiro: Imado, Volume XXII, 1969-1980.

LASSWEL, Harold. “A Estrutura e a Função da Comunicação na Sociedade. In: COHN, Gabriel (org.) *Comunicação Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional/EDUSP, 1971.

LAZARFELD, Paul e MERTON, Robert. “Comunicação de Massa, Gosto Popular e Ação Social Organizada”. In: COHN, Gabriel (org.). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional/EDUSP, 1971.

LUHMANN, Niklas. A nova Teoria dos Sistemas. In: BAETA NEVES, Clarissa e BARBOSA SAMIOSS, Eva. Tradução Eva Barbosa Samiooss. Séries Diálogos Brasil-

Alemanhãnas Ciências Humanas, 9. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, Goethe-Isntitut/ICBA, 1997.

LECHTE, John. *Cinçüenta Pensadores Contemporâneos Essenciais: do Estruturalismo à Pós-modernidade*. 2º Ed. – Rio de Janeiro: DIFEL, 2002.

RÜDGER, Francisco. *Ciência Social Crítica e Pesquisa em Comunicação - trajetória histórica e elementos de epistemologia*. São Leopoldo: ed. Unisinos,2002.

MARTIN-BARBERO, Jesús. “Razão Técnica e Razão Política: espaços/tempo não pensados. In: *Revista Latino Americana de Ciências da Comunicação*, Ano 1, Nº 1, 2º sem. São Paulo: ALAIC, 2004, p. 22 -37.

MARX, Karl. *Contribuição para a Crítica da Economia Política*. Lisboa: Ed. Estampa, 1977.

MATURANA, Humberto. *A Ontologia da realidade*. Belo Horizonte:Editora da UFMG, 1999 (p 53-76).

SAUSSURE, Louis Ferdinand. *Curso de Lingüística Geral*. São Paulo. Ed. Cultrix, 1972.

VERON, Eliseo. *La Semiosis Social*. Barcelona: Gedisa, 1997.

_____. *Semiosis de lo Ideológico y del Poder: la mediatización*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, 1997(a).

_____. *Fragmentos de um Tecido*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2004.

www.mc.gv.br. Acesso em março de 2005.

<http://sbtvd.cpqd.com.br> (acessar cadeia de valor). Acesso em março de 2005.

3º Capítulo:

Políticas Públicas para Mídias Digitais

O Cenário de convergência

As inovações no modelo de negócio de televisão com a implementação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD)

**Dr. André Barbosa Filho e
Dra. Cosette Castro**

Introdução

A televisão é, por certo, o meio de comunicação que apresenta o paradigma mais nítido dentro do ajuste digital que está se concretizando em nosso tempo. As razões para tal afirmação residem nos fatos concretamente observados através dos volumes de investimentos e conseqüentemente das receitas advindas de suas operações, incluindo aí os contingentes implícitos do que se convencionou chamar ‘convergência’, dentro do cenário globalizado. Lado a lado com a questão dos fluxos de recursos financeiros privados voltados para a produção de conteúdos, estimado no Brasil em US\$ 20 bilhões para os próximos 10 anos, reveste-se este processo de importância fundamental para o Estado, tendo em vista sua dimensão política, cultural e de negócio.

A discussão do novo modelo de televisão que estava previsto para ser definido em fevereiro de 2006, implica, conforme se especula nos centros de produção audiovisuais, universidades e mesmo dentro da própria sociedade civil brasileira, na identificação de conceitos que servem como seus balizadores. Talvez por isso – e acreditamos corretamente – o governo brasileiro adiou a decisão sobre o padrão a ser utilizado pelo SBTVD (Sistema Brasileiro de TV Digital). Entre esses conceitos balizadores podemos citar:

- 1) a digitalização;
- 2) a convergência com a informática e com as redes de comunicação;
- 3) a integração das diferentes mídias, incluindo aí os celulares;
- 4) a multiplicação da oferta, conteúdos e serviços *on demand*;
- 5) novos usos comerciais e formas publicitárias até agora só sonhadas nas criações de ficção científica;
- 6) a construção de conteúdos e o desenvolvimento de uma indústria criativa que poderá colocar o país na vanguarda do setor em termos de América Latina;
- 7) e, muito especialmente, numa nova atitude das audiências que passa a ter, na consideração dos expertos do *marketing*, papel ativo preponderante como verdadeiro protagonista deste processo.

Dentro do cenário em que se insere a nova televisão, aparecem vários tópicos contundentes e de alto teor explosivo referentes às visões transformadoras de modificação dos Estados nacionais diante de fatores como:

1. o crescente poder das grandes corporações transnacionais;
2. as ameaças à intimidade dos cidadãos relacionadas com a capacidade de armazenamento e escolha de dados oferecidos pelas tecnologias de comunicação;
3. a multiplicação do consumo alienante de conteúdos audiovisuais;
4. a necessidade de garantir um acesso universal democrático aos supostos benefícios sócio-econômicos derivados das mudanças do modelo.

Estas mudanças estão sendo produzidas com as óbvias diferenças de intensidade em função da capacidade econômica, tecnológica e de consumo de cada região, pela qual sua compreensão parece exigir uma dose de reflexão que vá além das discussões sobre economia e política, mas incluam as modificações tecnológicas, as mudanças de comportamento e de modos e sentir e perceber o mundo.

A comparação entre o modelo analógico conhecido e o novo modelo digital ainda por definir-se é inevitável como elemento racional, entre outras coisas porque ambos vão conviver ainda durante alguns anos, talvez por volta de uma década, mesmo na maioria dos mercados televisivos amadurecidos (leia-se Inglaterra, EUA e Japão). Neste quadro, deve-se incluir os aspectos elementares como o da viabilidade econômica de alguns negócios essenciais. Tais negócios passam pela escolha de um padrão, seja ele europeu ou japonês; pelo desenvolvimento de uma indústria criativa que sirva de referência para outros países latino-americanos; pela defesa e incremento da tecnologia desenvolvida pelo Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) e pela incorporação dessa tecnologia pelo país ou consórcio do qual nos tornarmos futuros parceiros e finalmente pela instalação de uma fábrica de semi-condutores que garanta o intercâmbio de pesquisa e tecnologia e não apenas a importação de tecnologia, sem transferência de saberes e conhecimento, como aconteceu nos anos 70 com a Zona Franca de Manaus (AM).

O negócio TV no cenário digital

Os operadores de televisão analógica têm mostrado nos últimos anos uma insistente tendência frente à diversificação em suas fontes de ingresso. Isso pode ser observado pelos negócios realizados com base na convergência tecnológica, como pode ser observado nos modelos abaixo, além da atenção dada aos mercados potenciais:

- rentabilização das chamadas telefônicas e mensagens pelos celulares;
- comercialização de produtos externos associados aos programas – vídeos ou DVDs, publicações, *games* e todo o tipo de mercadorias ;
- uma maior preocupação tática em direção a exportação de títulos de programas e direitos fora de seu entorno natural;
- atenção aos mercados regionais e locais no interior de seu marco nacional de atividade.

Algumas destas extensões do negócio original implicam, também, no público como comprador direto de produtos e serviços de entretenimento doméstico. Estas ações são mais amplas do que o simples movimento de mudar de canal levantando-se ou mesmo apenas apertando os botões do controle remoto, num certo intervalo de tempo. O critério de audiência como indicador elementar de valor dos produtos televisivos pode, ademais, determinar – mesmo que não exclusivamente – a comercialização de programas específicos em outros circuitos de distribuição, assim como a exportação de mercadorias finalizadas ou seus direitos de adaptação a outros mercados nacionais.

Se a tecnologia só torna relevante quando se encaixa em modelos sensatos de negócio que testam sua eficácia atuando nos mercados reais e se a inovação tecnológica com possíveis aplicações no entorno da televisão vai seguir tendo um ritmo acelerado, os anos futuros se caracterizarão, talvez, por uma série contínua de propostas e oportunidades de serviços que podem ter efeitos permanentemente desestabilizadores. Por exemplo: se alguém pensava que a TV digital se esgotaria em seus numerosos e diversos canais, na interatividade e na possibilidade de acesso a Internet ou de enviar mensagens a celulares desde o televisor, se engana profundamente.

Há uma nova geração de decodificadores com disco rígido, conexões em rede de alta velocidade e programas para detecção inteligente de perfis de consumo. E uma sucessão de outras inovações técnicas futuras capazes de se colocar como serviços de utilidade como *e-banking*, *e-commerce*, *e-govern*, tanto no interior dos processos de produção de valor como frente à fascinação dos diferentes públicos que nunca vai deter-se.

A TV digital, através do IPTV (*Internet Protocol Television*) permite o uso da internet pela TV utilizando tecnologia digital. Ou seja, integra usos e funções procedentes de outros meios - ou ao menos as possibilidades de comunicação presentes em outros meios - como telefonia celular e fixa, comunicação por IP (*Internet Protocol*), sistemas *WI-FI* e *WI-MAX*, redes para conexão de terminais sem fio através da TV. No caso brasileiro, onde existe uma significativa população de baixa renda, isso vai significar a universalização da TV digital a partir do aparelho analógico que a maior parte dos brasileiros possuem em casa (um índice que oscila entre 92 e 98% da população), adaptados a um teclado de computador e não apenas ao conhecido controle remoto. As plataformas digitais ofertam - diante deste cenário de múltipla escolha ainda repleto de incertezas tecnológicas - a oportunidade de revisão dos institutos envelhecidos², a reestruturação e adequação do mercado de produção de conteúdos e, por fim, a mudança radical das condutas e relações sociais entre os indivíduos.

O Sistema Brasileiro de Televisão Digital

Instituído através do Decreto 4.901 de 26.11.2003, o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) teve como finalidade proporcionar a interatividade e o conseqüente desenvolvimento de novas aplicações que ofereçam entretenimento à população, promovam a educação, a cultura e pleno exercício da cidadania, através de um produto tecnológico que seja acessível as diferentes camadas sociais. Por isso o projeto prevê o aproveitamento da TV analógica tradicional que mais de 92% da população possui em casa, utilizando uma

² O Decreto Presidencial de 26.04.2005 criou o Grupo de Trabalho Interministerial com a finalidade de elaborar anteprojeto de lei de regulamentação dos artigos 221 e 222 da Constituição e da organização e exploração dos serviços de comunicação social eletrônica e outras providências. A intenção foi proporcionar a sociedade brasileira oportunidade de discutir as regras para o setor em vigor, esparsas e por vezes conflitantes e tentar reuni-las num marco regulatório único.

caixa conversora³ – parecida com as das TVs por assinaturas – que permitem receber o sinal digital e passá-lo para o televisor analógico.

Embora o padrão a ser escolhido ainda não estivesse decidido até o fechamento deste livro, o Sistema Brasileiro de TV Digital deveria possuir atributos básicos de baixo custo e de robustez na recepção para TVs, com antena interna e, talvez, mobilidade⁴ de modo a atender às condições da maioria da população brasileira. Isso garantiria que, mesmo aqueles que hoje dispõem de um receptor de TV a cores modesto, não sejam privados dos atributos básicos do modelo digital, num processo de universalização de seu uso, como comentamos anteriormente. Isso será possível ao escolher um modelo digital que permita o uso do STVD, ou seja, o modelo *standart*, mais simples, assim como do HDTV, o *hight definition television*, de acordo com as condições econômicas da população.

É importante frisar que a canalização deve permitir a convivência do padrão HDTV, cuja transmissão, ocupará toda a faixa de frequência de 6 Mhz correspondente com o SBTVD. Ele permitirá a fragmentação desta faixa em até quatro canais diferentes, porém sem a possibilidade de carregar aplicativos mais sofisticados e, evidentemente, sem os recursos de transmissão no nível da imagem tri-dimensional, ou mesmo, de sistemas digitais sonoros, além de instrumentos de interatividade mais completos e abrangentes. Assim, teremos um sistema flexível onde as tecnologias de ponta estarão convivendo com outras, mais simples mas igualmente modernas, atendendo ao público em geral com serviços digitais básicos, de acordo com a possibilidade de compra de cada um. Tudo isto aliado a terminais simples e de baixo custo que ofereçam uma baixa complexidade para os diferentes sujeitos.

Outros pontos merecem destaque no projeto brasileiro de SBTVD entre eles:

1. o fato inédito e histórico de que 104 instituições de pesquisa entre estas, 73 universidades brasileiras, estão participando em consórcio da construção de um projeto nacional de TV digital voltado para inclusão social;

³ Também conhecidas como *set top box*.

⁴ Mobilidade é a funcionalidade que caracteriza os serviços transmitidos pelas emissoras de televisão destinados a recepção por terminais móveis e portáteis, caracterizações baseadas na velocidade de deslocamento do equipamento dentro de um veículo ou caminhando.

2. a possibilidade de apropriação de conhecimento pela universidade brasileira tendo em vista a participação de cerca de 1500 pesquisadores nacionais no desenvolvimento do SBTVD;
3. a redução de pagamento de direitos pelo baixo uso de componentes com direitos de propriedade com patente estrangeira;
4. a obrigatoriedade de que os componentes que foram desenvolvidos no país seja utilizado pelo país ou consórcio a ser escolhido para ser o parceiro brasileiro na implantação e desenvolvimento do SBTVD;
5. as políticas de apoio econômico e técnico para a construção de plantas industriais que permitam a fabricação de receptores, transmissores e componentes digitais – microprocessadores e semi-condutores - como suprimento para a implementação do sistema;
6. aproveitamento do parque de televisores analógicos coloridos instalados e a oferta de caixas de conversão acessível às classes C, D e E, que contenham embarcados, aplicativos digitais residentes mínimos, como a guia de compras , entre outros.

O projeto contempla laboratórios acadêmicos de todas as regiões do País, através de uma metodologia que consagra a inter-regionalidade. Além disso, permite que o acervo de conhecimento adquirido e desenvolvido durante este processo seja disseminado de forma homogênea, a todos os pontos da nação, em detrimento de uma concentração desequilibrada, situada em algumas poucas regiões mais desenvolvidas, como ocorria em governos anteriores.

Espera-se que o SBTVD estimule por suas características, a discussão de um novo marco regulatório para as comunicações no Brasil, seja no âmbito acadêmico ou entre a sociedade organizada, propiciando a reorganização dos ordenamentos legais no sentido de abrigar as necessárias demandas sem cobertura legal dos novos padrões digitais e suas interfaces com todas as plataformas comunicacionais e de informação. Para subsidiar os futuros estudos sobre TV digital, o governo Lula, através do Ministério das Comunicações, solicitou em 2005 a um grupo de pesquisadores em Comunicação⁷⁹ que realizasse o mapa

⁷⁹ A pesquisa sobre a Cartografia Audiovisual de 2005 em TV e Cinema foi coordenada pela pesquisadora Cosette Castro e envolveu 35 pessoas, entre eles nomes conhecidos da Economia Política da Comunicação,

audiovisual brasileiro de TV (aberta e por assinatura) e Cinema. O relatório final, entregue em fevereiro de 2006 com 600 páginas, colaborou para dar um panorama do que ocorre no Brasil em termos de redes regionais, empresas cabeças de rede, programação de TVs educativas, comunitárias e universitárias, papel dos políticos nas empresas de comunicação, propriedade cruzada, assim como a influência das TVs religiosas nas TVs abertas e por assinatura no país.

Cadeia de valor do SBTVD

O grande objetivo do projeto Sistema Brasileiro de TV Digital, em termos estruturante, é 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 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.

Para tanto, o decreto 4.901 de 26/11/2004 instituiu uma instância de consulta do Comitê de Desenvolvimento que é o Comitê Consultivo formado por emissoras, fabricantes de equipamentos (antenas, transmissores, receptores e conversores), produtoras de conteúdo e produtoras de publicidade, que até abril de 2006 ainda estavam sendo escutados pelo Governo Federal. O Comitê de Desenvolvimento, órgão decisório do SBTVD, aproveitará

como César Bolaño, Álvaro Benevenuto Jr, Suzy Santos e Juçara Brittes, assim como pesquisadores de outros campos teóricos, como Regina Mota, Desiree Rabelo, Luiz Carlos Aronchi e Patrícia Saldanha.

as sugestões do Comitê Consultivo na tentativa de construir junto aos empresários, aos movimentos sociais e especialistas o modelo mais apropriado de TV digital para o Brasil.

Esta é uma decisão que, no começo de 2006, já pendeu mais para o modelo japonês do que o europeu, mas que, teoricamente, segundo o presidente Lula, não deve ser decidida apressadamente, ainda que inicialmente estivesse prevista para ser anunciada em fevereiro de 2006. Esta escolha estará baseada em critérios de mérito e que visem atender o maior contingente possível de brasileiros para proporcionar mais um atributo de acesso à informação, à cultura e à educação, ampliando a base industrial nacional com a produção de inovações, promovendo empregos e possibilitando o incremento da pesquisa e desenvolvimento tecnológico. Também deverá atender as necessidades industriais do país, através da implantação de uma fábrica de semi-condutores que garanta novos empregos e desenvolvimento tecnológico.

Nesse sentido, estarão sendo produzidos ou estão em fase de finalização:

- 1) o levantamento de aplicativos de TV digital;
- 2) a categorização de seus serviços;
- 3) o estudo de modelos de negócio associados aos serviços;
- 4) o levantamento das formas de transição;
- 5) a realização de estudos comparativos e levantamento de tecnologias e integração com o sistema multicanal, TV aberta, TV por assinatura, mobilidade dentro dos padrões 2.5 e 3G, armazenamento e *time shifting*⁵.

Na esteira destas preocupações está a implementação de uma política industrial que possa propor recomendações para a condução de ações de ordem produtiva, tecnológica e comercial específica para o favorecimento da difusão da TV digital. Ela deve se basear na caracterização do setor, observando as diretrizes gerais de políticas industriais, tecnológicas e de comércio exterior do Governo Federal que têm como prioridade promover:

- sua implantação diante das condições sócio-econômicas do Brasil;

⁵ *Time shifting* é um mecanismo que permite ao telespectador armazenar numa memória (disco rígido), um determinado programa em exibição, já veiculado ou a ser apresentado em sua televisão digital, para ser visto posteriormente e/ou a qualquer momento.

- aproveitar o parque nacional instalado de televisores analógicos;
- o aumento da eficiência da estrutura produtiva;
- o aumento da capacidade de inovação das empresas brasileiras;
- a expansão das exportações com o aumento da competitividade internacional;
- a cultura digital com a TV Interativa;
- políticas de inclusão digital.

A digitalização dos serviços de radiodifusão terrestre de sons e imagens – a TV digital - é mais do que apenas um passo adicional na evolução tecnológica na área de transmissão de sinais de televisão. É uma nova plataforma de comunicação, cujos impactos na sociedade podem ser bastante contundentes, como temos comentado em textos anteriores sobre a *nova ordem tecnológica*⁸⁰.

A história sobre a Nova Ordem Tecnológica que se impõe na atualidade deve ser contada sob o ponto de vista das instituições, sejam elas construídas por diferentes propósitos, pelas relações sociais e pelas estruturas do poder. A recorrente dicotomia formada pelos que acreditam neste novo cenário de conceitos e formas revolucionárias como um novo paradigma do desenvolvimento humano e pelos que passam ao largo destas inovações - por atuarem diante delas de modo refratário ou por desconhecê-las compulsoriamente - gera um cenário humano caótico e injusto.

A Nova Ordem Tecnológica, mais do que uma apologia às tecnologias e a convergência digital propõe o reconhecimento de suas debilidades - como o risco de ampliar a brecha digital - e fortalezas - como a possibilidade de apropriação universal do conhecimento. Mas, principalmente, reconhece que o mundo, desde o aparecimento da rede mundial dos computadores no final do século XX, vem sofrendo uma ampla e rápida transformação na área da economia, da política, da cultura e das relações sociais e se propõe a estudar e pensar alternativas sobre o tema. Com tais transformações a caminho, os atores sociais precisam ter possibilidade de apropriar-se dessas tecnologias através de

⁸⁰ Sobre o tema ver os trabalhos produzidos para a ALAIC;2005, realizada em SP; para o Encontro Internacional de Economia Política da Comunicação realizado em novembro de 2005 na Bahia.

projetos de apropriação digital, de geração de conhecimento, emprego e, por que não, tecnologia, como é o caso do Sistema Brasileiro de TV Digital.

A convergência diz respeito a uma mudança tecnológica profunda que, por exemplo na Economia, deverá transformar a relação do modelo de negócios no campo da Comunicação, pois se trata de convergência também de conteúdos, de criação de novos formatos, novas formas de pensar a comunicação, incluindo-se aí a Publicidade. Também modificará as relações entre o campo da produção e da recepção, como comentamos anteriormente. Wilson Dizard, autor estadunidense, afirma que as mudanças no campo da mídia estão acontecendo em três níveis: técnico, político e econômico.

Em **termos técnicos** os meios de comunicação estão se adaptando às novas perspectivas abertas pela digitalização dos seus produtos tradicionais. Ou seja, além de fazer e receber chamadas, enviar e receber mensagens, os celulares foram transformados em aparelhos multimídia digitais que permitem usar Internet, acessar e-mails ou baixar programas, ouvir rádio, assistir programas de TV, tirar fotos e fazer vídeos caseiros. Dentro de pouco tempo, também estaremos recendo – a módicos preços - filmes nos celulares, sendo que as sinopses de alguns programas da Rede Globo e da TV Bandeirantes já estão sendo disponibilizados.

Foi-se o tempo que havia uma máquina para cada atividade de mídia, seja ela para uso privado ou profissional. Hoje elas convergem em funções e atividades, sendo oferecidas em tamanhos cada vez mais compactos, como é o caso dos *Palms* e dos aparelhos sem fios que permitem utilizar Internet em qualquer lugar do planeta sem necessitar de conexão telefônica. Tratar de convergência tecnológica significa, por exemplo, pensar o uso comum - ou em separado - da TV, rádio, Internet, cinema e celulares, assim como a possibilidade de passar arquivos de imagem, texto ou áudio de um para outro aparelho digital e de se construir sozinho ou coletivamente novos conteúdos.

Os atores sociais que já dispõem de aparelhos celulares digitais, por exemplo, são cidadãos que se mantêm conectados com o mundo praticamente 24 horas por dia. Além das fotos, dos vídeos, das músicas e dos programas que baixam de internet através dos aparelhos celulares de última geração, eles podem enviar arquivos de imagem, texto ou música para seus amigos, comunidade ou simplesmente anexar no seu *blog* ou *photoblog*,

dando visibilidade e publicizando seu cotidiano e história pessoal todos os interessados em procurá-la através da web.

Em termos políticos, também há importantes transformações pela frente. As Tecnologias da Comunicação e da Informação (TIC's) exigem novas leis e regulamentações no que diz respeito aos poderes federal, estadual e local, como a redução das barreiras que limitam as empresas de mídia - sejam elas públicas, privadas, mistas ou comunitárias - no uso das novas tecnologias. Outro debate importante está relacionado ao debate sobre o papel e estatuto da telefonia celular: se deve ser deslocado do campo das *teles* para o da Comunicação.

Dizard (2000:13) lembra que em **termos econômicos**, duas tendências dominam o cenário e isso ocorre tanto em países do primeiro mundo, quanto em periféricos. Uma delas é a consolidação de poder dentro dos grandes conglomerados de mídia denunciada já em 1996 pelo pesquisador norte-americano Neil Postman. Por outro lado, está o poder contra-hegemônico representado pelo aparecimento de empresas de pequeno porte que desafiam esses conglomerados, “tanto no campo da produção inovadora quanto na agilidade comercial desses novos atores”.

Essas empresas, representadas por atores sociais que às vezes trabalham sozinhos ou em duplas, abrem caminho para alternativas de conteúdo, inclusive para o desenvolvimento de uma indústria criativa na região. Uma indústria criativa que abra espaço às novas gerações produzirem conteúdos no campo do entretenimento, da educação e da informação, como vem ocorrendo na Irlanda, na Grã-Bretanha e na Finlândia.

E se pensarmos que a convergência tecnológica inclui conteúdos para TV, Internet, rádio, cinema, *games* e celulares em conjunto ou separadamente, há um amplo campo a ser explorado na área da produção audiovisual, desde que sejam desenvolvidas políticas públicas neste setor que pode ser considerado estratégico para o país.

Novas plataformas digitais: o rádio digital.

O tema deste trabalho é a implantação da TV digital no Brasil que deverá se tornar uma realidade em 2006 depois do presidente Lula aprovar o modelo a ser utilizado no SBTVD. Mas não gostaríamos de deixar de tratar brevemente sobre as políticas do

governo federal para o rádio digital. Tais políticas, ainda em fase de construção, vão permitir novas formas de interação do público, principalmente no que diz respeito à construção e desconstrução de conteúdos.

Há várias razões para valorizar o rádio, seja ele em sua versão analógica ou digital ou ainda através dos modelos educativo, comercial ou comunitário. Uma delas é que, para receber a mensagem do rádio não é necessário saber ler. E no Brasil ainda existem 14 milhões de analfabetos, segundo o IBGE. Além disso, o rádio, por não possuir imagens, permite explorar a imaginação dos ouvintes, através de diferentes tipos de relatos. Some-se a esses dados os 30 % de analfabetos funcionais que o país possui e a importância do rádio aumenta ainda mais, pois pode colaborar para que esses públicos - que não praticam a leitura e a compreensão de textos - possam entender com mais facilidade o que lêem, escutam ou vêem.

O rádio digital abre oportunidades de criar e/ou reconstruir textos e programas, através da construção e desconstrução sonora no ambiente de rede, permitindo o acréscimo individual de novos conteúdos e sua circulação em tempo real. Ou seja, desde casa ou de uma sala de aula, um ou mais pessoas com computador e acesso a internet podem rapidamente planejar e editar programas, utilizando outros formatos disponíveis na rede⁷. Além de baratear os custos e dar mais agilidade e rapidez aos trabalhos, o rádio digital possibilita a recepção simultânea convivendo com a construção de acervos pessoais, a partir de arquivos conhecidos como *metadata*.⁸

Esses acervos serão de grande ajuda para a instalação de rádios comunitárias em diferentes regiões do país, permitindo a inclusão digital. Além disso, a utilização de informes em texto agregados à transmissão sonora poderá possibilitar a criação e desenvolvimento de novos ou híbridos formatos, que ultrapassem os conhecidos até então, sendo pensados diretamente pelos atores sociais envolvidos.

⁷ Sobre esse tema, ver o texto “A Aplicação da Práxis de Mario Kaplún no rádio como ferramenta da inclusão digital”, de autoria dos autores, apresentado no Celacom/2005, Cátedra da Unesco/UMESP.

⁸ Metadata é um termo proveniente do setor tecnológico e representa um acervo de dados que podem ser acessados em bloco ou em partes. Na área de produção de conteúdos foi utilizada uma analogia para lhe emprestar o significado de acervo de informações, primordialmente musical, também conhecido como *podcasting*. Sobre isso, ver o artigo da autoria de André Barbosa Filho, “Conteúdo no Rádio Digital” In: BARBOSA, Fº, André; CASTRO, Cosette e TOME, Takashi. *Mídias Digitais, Convergência Tecnológica e Inclusão Social*. (orgs.), 2005.

A instituição pioneira nos serviços de rádio digital foi a BBC de Londres que, desde 1995, utiliza-se do sistema DAB (*Digital Audio Broadcasting*)⁹ em rede nacional na Grã-Bretanha. Ela é membro integrante do projeto EUREKA-147¹⁰, padronizado pelo ESTI (*European Telecommunications Institute*). O sistema DAB, para transmissões na banda de FM, tem características *sui-generis* entre estas a oferta de multiserviços, com a emissão de dados veiculados através de *display* de cristal líquido no receptor de rádio. Apesar de poder ser aproveitada na frequência mundialmente utilizada de 88 MHz a 108MHz, o DAB é usado em frequências diferenciadas na Europa, Canadá e Austrália .

Uma vertente do sistema terrestre DAB é a que opera via satélite, conhecida como DSR (*Digital Satellite Radio*) em frequências regulamentadas pela WARC-92 (*World Administrative Radio Conference*). No continente europeu duas empresas já estão operando pelo DSR: a “*Global Radio News*”¹¹ e a “*Alcatel World Space*”¹² . Outro sistema em operação na Europa é o DRM (*Digital Radio Mondiale*) administrado por um consórcio formado pelas rádios públicas européias, como a Deutsche Welle, BBC, RTP, RAI, Rádio France, além de governos como , por exemplo, o da China e o do Equador.

O DRM foi oferecido na Europa como modelo em 1996, tendo o objetivo de recuperar a banda de AM , abaixo de 30MHz. Em seguida, a faixa de OM também mereceu estudos e foi implantada nos países consorciados tendo o sistema sido homologado pela

⁹ Ver texto “Rádio digital” de Juarez Quadros do Nascimento, publicado no site www.teleco.com.br .

¹⁰ O desenvolvimento do Rádio Digital no mundo surge em 1981, na Alemanha, a partir das pesquisas do Institut Für Rundfunktechnik (IRT). Estes estudos estimularam a criação, em 1987, do projeto europeu integrado EUREKA-147 que desenvolve o sistema DAB.

¹¹Global Radio News é um distribuidor independente de conteúdos produzidos por mais de 500 jornalistas credenciados de todo o mundo. Transmitindo seu sinal por satélite, é um serviço por assinatura e pode ser acessado em diversas línguas como o inglês espanhol, italiano, francês e árabe. Sobre o tema contatar com info@globalradionews.com.

¹² “Alcatel World Space” é um consórcio de distribuição de conteúdos sonoros formado pelas empresas World Space, norte-americana e especializada em vetores espaciais e a Alcatel, francesa, do setor de telecomunicações. Operando desde 1995, já mantém contratos com emissoras européias, africanas, asiáticas e da América Central.

UIT (União Internacional de Telecomunicações). Desde março de 2005 , a DRM também passou a pesquisar resultados para banda de FM. No Brasil, o DRM ensaiou testes em OM (ondas médias) e OC (ondas curtas) baseado num acordo até agora não finalizado entre Radiobrás, Anatel, Ministério das Comunicações e Universidade de Brasília (UNB). Com sistema não proprietário, o DRM permite que seus consorciados possam desenvolver gratuitamente pesquisas sobre a base tecnológica oferecida, algo bem diferente das propostas elaboradas pelos EUA, onde o sistema é fechado e as empresas precisam pagar para usar a base tecnológica desenvolvida.

Os japoneses utilizam o sistema ISDB ou ISDB-T (terrestre) e trafega nas faixas de 189-192 MHz e 2,535 a 2,655 GHz. Flexível, o modelo apresenta características que lhe permitem recepção móvel para áudio e dados, sendo considerado o mais robusto entre os sistemas em operação no mundo. O ISDB-T, entretanto, só é utilizado no Japão em razão de ter não havido, por parte de seus criadores, interesse em disseminá-lo em outras partes do mundo por causa de suas características especiais, como o fato de operar em outro espectro diferente dos utilizáveis nos EUA e EUROPA.

Nos EUA é utilizado o padrão *I-Biquity*¹³ desenvolvido pelo consórcio *I-Biquity Digital* com o processo IBOC (*In Band- on channel*) permitindo que as transmissões analógicas e digitais possam ser veiculadas no mesmo canal e mesma faixa, sem a necessidade de faixas adicionais para veiculação de áudio e dados. Os EUA têm 13.950 mil emissoras em operação¹⁴ e apenas 300 delas estão digitalizadas. A conversão custa para cada radiodifusor cerca de 30 mil dólares¹⁵, ou seja, cerca de 75 mil reais, custo proibitivo para os pequenos radiodifusores e para os comunitários, estejam localizados nos EUA ou no Brasil. Acordo realizado nos Estados Unidos pela *I Biquity Digital* deve propiciar condições de financiamento para que cerca de 2 mil radiodifusores possam converter o sinal de suas emissoras para digital de forma acelerada. Mas o processo por inteiro ainda

¹³ A empresa norte-americana I-Biquity do setor de telecomunicações, criada com a fusão das empresas USA Digital Radio e Lucent Digital Radio em 2000, é líder de investidores do consórcio “I-biquity digital” que desenvolveu o sistema de rádio digital proprietário I-BOC,

¹⁴ fonte: www.fcc.org acessado em 20.05.2005

¹⁵ NASCIMENTO, Juarez Quadros. op. Cit pg.03

deve durar algum tempo mesmo num cenário onde a renda média é bem maior que a do Brasil¹⁶.

No Brasil, a decisão sobre o sistema a ser utilizado no rádio digital até o fechamento deste livro não estava definido. De um lado temos, os empresários da radiodifusão fazendo testes com o modelo estadunidense (IBOC); enquanto a Radiobrás realiza testes com o modelo europeu (DRM). Acreditamos que os testes, sejam com o sistema IBOC, seja com o sistema DRM, devem ser realizados de modo simultâneo e de forma transparente para toda sociedade, mostrando as vantagens e desvantagens de cada sistema. Isso significa incluir questões como planta industrial, desenvolvimento de P&D (pesquisa e desenvolvimento), assim como as possibilidades de uso de cada modelo pelas pequenas rádios privadas, pelas rádios comunitárias e educativas, em um debate que inclua com a participação da universidade brasileira e a participação dos diferentes atores sociais envolvidos ou que se interessem pelo processo.

Os dois projetos – de TV e rádio digital – seguem as propostas de inclusão digital e social sugeridas pela Sociedade da Informação, mas para serem colocados em prática necessitam de regulação e normatização. Este é um momento ímpar, no qual a mudança para uma nova ordem tecnológica pode assegurar a condução de políticas públicas efetivas que proporcionem a oportunidade de diminuir as graves diferenças sociais a partir do acesso a informação usando tecnologias digitais, como mais uma ferramenta de conhecimento e espaço democrático .

¹⁶ N. E.:A Associação Brasileira das Emissoras de rádio e TV (ABERT), onde a Rede Globo tem maioria, anunciou em, 24 de agosto de 2005, o início de testes de rádio digital no dia 26 de setembro, dia do radiodifusor. Segundo a publicação eletrônica Pay-TV: “...José Inácio Pizani, presidente da associação e a diretoria da entidade estiveram com o ministro Hélio Costa para tratar do tema. Pizani contou que seis emissoras de todo o Brasil estão prontas. O Ministro das Comunicações, Hélio Costa, diz que são 12. De qualquer modo, não se fala em padrões. Costa disse que os testes podem ser feitos no padrão IBOC ou no DRM, ou qualquer outro, a critério das emissoras. A ABERT tem defendido publicamente o IBOC, e provavelmente este será o padrão testado. Mas setores do governo fora do Ministério das Comunicações preferem que as discussões de rádio digital sejam feitas com mais calma, a exemplo do que acontece com a TV digital. Sítio da Pay-TV www.pay-tv.com.br acessado em 25.08.2005

Referências Bibliográficas, Hemorográficas e Sites:

BARBOSA FILHO, André. *Sobre uma Nova Ordem tecnológica – o quadro de enlaces e dissonâncias no cenário das políticas públicas de comunicação no Brasil*. V ELEPICC. Salvador, 2005 (mimeo).

BARBOSA Fº, André e CASTRO, Cosette “A Aplicação da Práxis de Mario Kaplún no rádio como ferramenta da inclusão digital”, apresentado no Celacom/2005, Cátedra da Unesco/UMESP (paper / CD).

BARBOSA Fº, André, CASTRO, Cosette e TOME, Takashi. *Mídias Digitais, Convergência e Inclusão Social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

CAPARELLI, Sergio. “Das Políticas de Comunicação à Comunicação Política (e vice-versa)”. In: *PreTextos*, Salvador: Compós, 8 dez., 1997.

CASTRO, Cosette. *Televisão Digital e Inclusão Social – uma proposta de democratização para as novas tecnologias de comunicação*. Seminário Internacional da ALAIC/2005. São Paulo, 2005 (mimeo).

Comitê Gestor da Internet no Brasil. www.cg.org.br/indicadores/brasil-mundo, acessado em 10 de janeiro de 2005

DIZARD, Jr. Wilson. *A nova Mídia- A comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro, Ed. Zahar, 2000.

NASCIMENTO, Juarez Quadros. “Radio digital” In: www.teleco.com.br , acessado em 20 de maio de 2005.

POSTMAN, Neil. “A Ideologia das Máquinas: a tecnologia do computador”. In: *Revista Comunicação & Política*. Vol. III, nº 1, jan-abril, 1986.

www.fcc.gov, acesso em 25 de maio de 2005.

www.ibge.gov.br, acesso em 10 de janeiro de 2005.

Panorama Mundial da TV Digital Terrestre⁸¹

José Manuel Martin Rios⁸²
Ricardo Benetton Martins⁸³

Introdução

A transformação da plataforma de radiodifusão terrestre de analógica para digital pode ser entendida como uma oportunidade de se preparar o mercado das comunicações para o cenário, considerado por muitos inexorável, de convergência entre as mídias e plataformas. Entretanto, em função das limitações da tecnologia ou das formas de exploração dessas mídias, a completa e abrangente fruição dos novos serviços cria um compromisso ou uma competição entre as diferentes ofertas de conteúdo e os atores envolvidos. Por exemplo, os serviços associados à monoprogramação, multiprogramação ou interatividade. Esses compromissos tornam o processo de definição de modelos de exploração e de transição bastante complexos. Para uma melhor compreensão de tais processos transitórios é necessária uma análise multidisciplinar englobando aspectos tecnológicos, sociais, culturais, mercadológicos e regulatórios relativos ao processo de digitalização. Este artigo preocupa-se em dar uma visão genérica de alguns conceitos que servem como base para a correta leitura das análises da situação mundial. A síntese desses resultados com algumas inferências das razões e conseqüências das escolhas realizadas procura levar em conta principalmente a questão do conteúdo, tanto em relação à qualidade percebida pelo usuário como pelas novas possibilidades permitidas pela interatividade e pela não linearidade de conteúdo.

Definições

Existe uma característica fundamental que distingue plataforma de TV digital daquela analógica: o tratamento do sinal audiovisual utilizando técnicas digitais (codificação,

⁸¹ Baseado em Rios *et al.*, 2005.

⁸² E-mail:

compressão e transmissão). Essa característica, robustez na recepção, é perceptível ao usuário através da melhora na qualidade de recepção do sinal de televisão, principalmente, no caso da TV terrestre analógica, em áreas sujeitas a interferências do tipo multipercurso ou ruído impulsivo⁸⁴. Outras quatro características são frequentemente associadas à plataforma de TV digital, pois sua implementação é facilitada ao utilizar a tecnologia digital. No entanto, essas características não são exclusivas dessa plataforma, nem necessariamente devem estar presentes para caracterizá-la. São elas:

- o formato de tela 16:9
- a alta definição
- a interatividade e
- a mobilidade/portabilidade

Formato 16:9 - diz respeito à proporção entre as dimensões de largura e altura com que as imagens são apresentadas na tela. Esse formato também é designado como tela ampla (*widescreen*) e é o mesmo exibido nas telas de cinema, após as inovações que sucederam o advento do *cinemascope*. Pode ser utilizado por imagens com qualquer grau de resolução, ou seja, tanto em definição padrão como em alta definição.

Alta definição – essa transmissão implica em imagem com qualidade muito superior à proporcionada pela TV analógica. É usual que uma imagem nesse padrão seja produzida e transmitida no formato 16:9 e, portanto, deve ser apresentada por terminais apropriados para a completa fruição de suas potencialidades. A definição padrão, por sua vez, disponibiliza ao usuário imagens com qualidade similar à percebida com o uso do DVD em um aparelho analógico. Usualmente, esse padrão é apresentado no formato tradicional (4:3), embora possa ser também apresentado em *widescreen*.

Interatividade - permite ao usuário manifestar suas preferências e reações quanto à escolha e usufruto de conteúdo, possibilitando uma fruição não-linear mesmo quando o conteúdo é baseado em vídeo. Os níveis de interatividade previstos variam segundo a

⁸⁴ As interferências do tipo multipercurso são conhecidas popularmente como fantasmas e as do tipo ruído impulsivo são as ocasionadas por aparelhos como, por exemplo, liquidificadores e motores.

existência do canal de retorno e como ele é mantido ativo para suportar as aplicações: de maneira intermitente ou permanente.

Mobilidade - no contexto da TV Digital, diz respeito aos conteúdos transmitidos pelas emissoras para a recepção por terminais móveis, como automóveis e trens, enquanto a portabilidade se refere ao dispositivos portáteis, como os celulares.

Qualidade de Imagem ou Diversidade de Conteúdo

Dentre as características possíveis da TV digital (TVD), a qualidade de imagem tem levado a uma certa polarização na escolha do modelo de negócio. Conforme apresentado na Tabela 1, as imagens para a TV digital podem ser codificadas e transmitidas em diversas opções de resolução e formato.

A imagem em uma tela de televisor possui como características de resolução o número de linhas horizontais e verticais, o formato de tela associado, o número de quadros por segundo e o tipo de varredura⁸⁵ As imagens com resolução de 1080 ou 720 linhas horizontais no formato 16:9 são comumente caracterizadas como imagens de alta definição. Já os demais formatos são denominados imagens de definição padrão. As imagens com resolução de 480 linhas em formato 16:9, e com varredura progressiva, são também conhecidas por definição estendida, pois não chegam a ter uma resolução tão fina quanto às imagens em alta definição, mas têm qualidade significativamente melhor que a dos padrões analógicos.

A imagem de televisão no formato 4:3 é oriunda do formato original da tela do cinema. Quando a audiência da televisão começou a impactar as receitas da indústria cinematográfica, nos anos 50, os estúdios mudaram o formato dos filmes para os chamados formatos panorâmicos, como o 1.85:1, um pouco mais amplo que o 16:9⁸⁶. O formato 16:9, em definição padrão, é uma característica que já altera a percepção do conteúdo pelo usuário.

⁸⁵ O número de quadros por segundo se refere ao número de imagens que são construídas na tela a cada segundo, e o tipo de varredura, entrelaçada (*e*) ou progressiva (*p*), se refere ao mecanismo de construção desses quadros. A varredura entrelaçada consiste em alternar a varredura das linhas ímpares com a das linhas pares durante a construção da imagem. O processo de varredura sequencial é conhecido por varredura progressiva e é utilizado pelos monitores de computadores.

⁸⁶ Uma discussão mais detalhada sobre os diversos aspectos da qualidade da imagem na TV digital, discutidos nessa seção, e de técnicas de produção correlacionadas pode ser encontrada em BIRD, 2003.

Tabela 1 - Exemplos de tipos de definição de imagem e suas implicações na taxa de bits necessária e diversidade de conteúdo para um canal de 6 MHz⁸⁷

| Qualidade ⁸⁸ | Nº de linhas horizontais | Nº de linhas verticais | Formato de tela | Taxa média de bits (Mbit/s) ⁸⁹ | Diversidade ⁹⁰ (Programações em um canal de 6 Mhz) |
|-------------------------|--------------------------|------------------------|-----------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| HD | 1080 _e | 1920 | 16:9 | 19 | 1 |
| HD | 720 _p | 1280 | 16:9 | 14 | 1 |
| ED | 480 _p | 853 | 16:9 | 6 | 3 |
| SD | 480 _e | 853 | 16:9 | 5 | 3 |
| SD | 480 _e | 640 | 4:3 | 4 | 4 |

Como consequência das opções de resolução, varredura e formato, resultando em diferentes qualidades de imagem, a codificação de um sinal de televisão resulta em diferentes necessidades para a taxa média de bits na transmissão. Como a capacidade de transmissão em um canal de frequência é mais ou menos fixa, de acordo com os padrões de codificação e modulação utilizados, existe uma escolha a ser feita entre a transmissão de uma programação com qualidade de imagem em alta definição ou a transmissão de múltiplas programações com qualidade de imagem padrão. Ou seja, há um compromisso entre a qualidade de imagem e a diversidade de conteúdos. A Tabela 1 contém exemplos das possibilidades de programações em função da qualidade de imagem escolhida. Esse compromisso entre qualidade e diversidade foi, até então, um dos principais fatores que influenciou as escolhas dos modelos de exploração e implantação nos países que já iniciaram a implantação da TV digital terrestre.

⁸⁷ Informações baseadas em TOME et al, 2001.

⁸⁸ HD indica os formatos considerados como de alta definição; SD, definição padrão; e ED, definição estendida.

⁸⁹ A estimativa de taxa média de bit assume a utilização de codificação de vídeo com o padrão MPEG-2. O estágio atual de evolução dos codificadores permite taxas de compressão um pouco melhores. A evolução do próprio MPEG-2 para o MPEG-4 também permite taxas de compressão mais altas, reduzindo ainda mais a necessidade de banda.

⁹⁰ No caso brasileiro, com um canal de frequência de 6 MHz, estima-se uma capacidade de transmissão de cerca de 19 Mbit/s. Essa taxa pode variar em função da robustez de sinal necessária para uma determinada localidade, o que implica na utilização de diferentes parâmetros na configuração do sistema.

Os modelos de exploração e implantação da TV Digital

Os modelos de exploração da TV Digital correspondem às alternativas de sustentação e de utilização do novo sistema televisivo, sendo resultantes da combinação de modelos de serviços e de negócio a eles associados, além dos sistemas tecnológicos subjacentes. Já os modelos de implantação correspondem basicamente ao plano de transição em que são estabelecidas diretrizes sobre como e com que velocidade o modelo de exploração será implementado no país.

Por modelo de serviços, entende-se o leque de serviços que um sistema de TV Digital terrestre pode dispor, envolvendo o conjunto de meios, recursos (entre eles, os sistemas tecnológicos), funcionalidades e procedimentos que habilitam o provimento de tais serviços. Muitos dos recursos e tecnologias habilitadoras são comuns a vários serviços e aplicações, como a taxa de transmissão de sinais digitais, o canal de retorno, o padrão de transmissão, a tecnologia de compressão, etc. O modelo de serviços é um reflexo do quanto será explorado das potencialidades funcionais da TV Digital, ressaltando-se aqui a importância do conteúdo, e de sua formatação, para que as audiências percebam valor nessa nova tecnologia.

Entre os principais serviços providos – ou possíveis de serem providos – por plataformas de TV Digital terrestre, encontram-se:

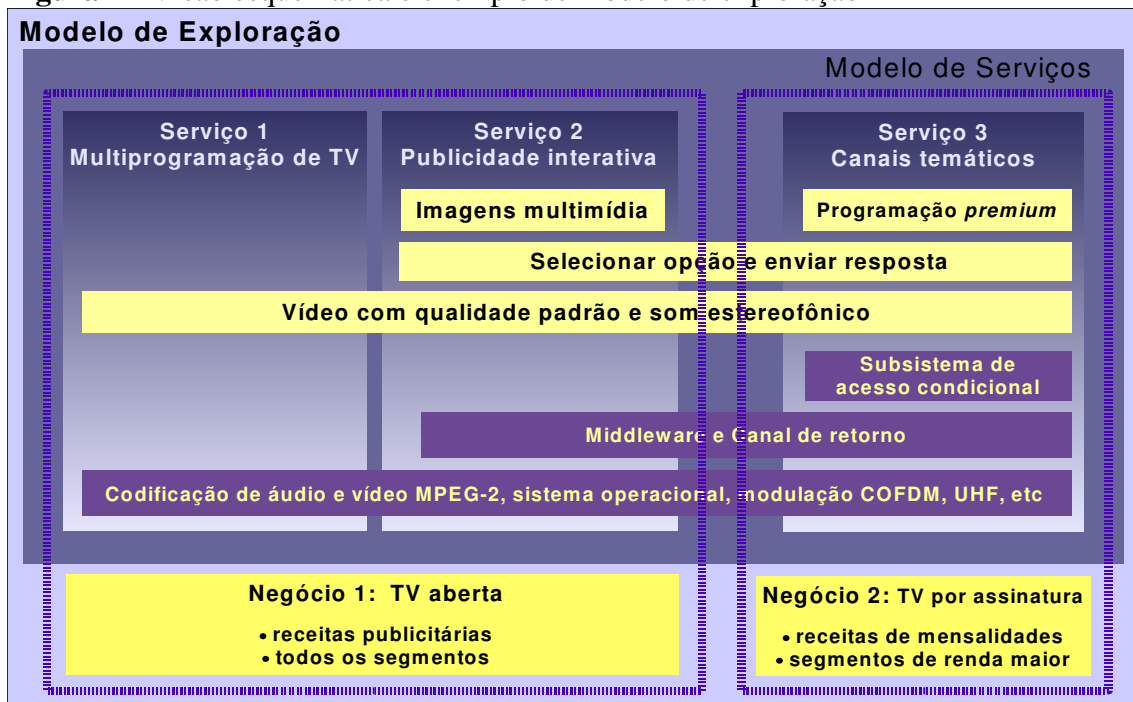
- monoprogramação
- multiprogramação
- interativos
- baseados em mobilidade/portabilidade

O modelo de negócio diz respeito à forma de remuneração dos agentes envolvidos num dado modelo de serviços. Esse modelo depende naturalmente do interesse de consumo, da sensibilidade a preço dos usuários e da estratégia, alianças e capacidade de atendimento do lado da oferta, ou seja, de todos os agentes que participam, a montante, do processo de agregação de valor. Os modelos de negócio associados aos serviços de TV Digital terrestre têm-se baseado em:

- TV aberta
- TV por assinatura
- Pagamento por evento

A Figura 1 é um esquema que procura representar as categorias de serviços e os respectivos modelos de negócio, construindo os modelos de exploração. Essa representação é construída através de um exemplo de modelo de exploração para a TV Digital terrestre.

Figura 1 - Visão esquemática e exemplo de modelo de exploração



Note-se nessa figura que várias tecnologias são habilitadoras de qualquer modelo de serviços, enquanto algumas surgem apenas em função de uma nova funcionalidade como, por exemplo, o canal de retorno. Da mesma forma, alguns modelos de negócio estão mais afeitos a um dado tipo de serviço que outro como, por exemplo, os canais temáticos, em função da segmentação do mercado e suas características sociais.

Monoprogramação - consiste na exibição de um único programa (conteúdo de vídeo e áudio associado), em frequência designada exclusivamente para um provedor do serviço, ou seja, uma emissora/programadora. Sua configuração mais conhecida é aquela atualmente

adotada pelas emissoras/programadoras brasileiras, na qual o serviço se confunde com a infra-estrutura que lhe dá suporte, ou seja, o canal de frequência com 6 MHz ⁹¹ de largura de banda. É o que se conhece como canal de televisão, na radiodifusão terrestre. A monoprogramação é organizada de tal maneira que uma seqüência de conteúdos audiovisuais, conhecidos por programas e com duração típica de 30 minutos a duas horas, é apresentada ao público. Normalmente, essa seqüência tem periodicidade diária ou semanal, configurando as grades diária e semanal do canal de televisão ou, ainda, grades vertical e horizontal, respectivamente. O conteúdo apresentado pode consistir de noticiários, telenovelas, filmes, programas de auditório, etc.

Esse é o serviço mais importante para a radiodifusão terrestre brasileira em função de ser a base do modelo de exploração comercial de mais ampla penetração, conhecido como o modelo da televisão aberta e gerador dos demais modelos de exploração. Os poucos modelos de exploração que empregaram a monoprogramação associada ao modelo de negócio da TV por assinatura, na plataforma de TV terrestre analógica, cederam lugar ao avanço das plataformas de TV a cabo e via satélite, com suas ofertas de multiprogramação. No ambiente de TVD terrestre, a opção dos países que adotam a monoprogramação tem sido utilizá-la para transmissões com qualidade de imagem em alta definição (HD).

Multiprogramação - consiste na oferta de múltiplas programações simultâneas de televisão através de um único canal de frequências da plataforma digital. Graças à codificação e compressão de sinais de vídeo, áudio e dados, é possível a transmissão de quatro a seis programações simultâneas, em definição padrão, na faixa de espectro onde antes se transmitia apenas uma programação. Esse serviço tem sido adotado nos modelos de exploração de vários países europeus, visando, entre outros objetivos, equacionar o problema de limitação de espectro e permitir a entrada de novos agentes no setor, o que pode viabilizar o aumento da diversidade de fontes de informação e opinião e de produção de conteúdo.

⁹¹ O canal de frequência pode ter uma largura espectral de 6, 7 ou 8 MHz. Países como Brasil, EUA e Japão utilizam o canal de frequência de 6 MHz para a alocação de frequências de televisão, já os países europeus utilizam o canal de 7 MHz para a banda de VHF e o de 8 MHz para a banda de UHF.

No caso da radiodifusão terrestre, a multiprogramação pode ser ofertada quando o prestador do serviço dispõe da outorga de um canal de frequência ou da outorga de vários canais de frequência. Observa-se no cenário mundial que o primeiro caso corresponde, geralmente, à forma como essa modalidade de serviço é empregada por uma emissora/programadora⁹² para diversificar a sua oferta de programação. No segundo caso, a multiprogramação é empregada por agregadoras, oferecendo conteúdo proveniente de múltiplas programadoras.

Na TV Digital terrestre, o serviço de multiprogramação tem lançado mão de um modelo de negócio baseado num *mix* de TV aberta com TV por assinatura, com diferentes graus de participação de cada um e conseqüentemente diferentes resultados na aceitação da nova plataforma, aceitação essa medida através da taxa de penetração de aparelhos receptores digitais.

Serviços Interativos - a interatividade é a funcionalidade que permite a implementação de serviços em que é possível uma maior participação do público na escolha, formatação e inserção de conteúdo, o que traz para o mundo da televisão, caracterizado pela fruição linear, um novo universo de aplicações e possibilidades similares às da internet, como o conteúdo de fruição essencialmente não-linear, por exemplo. Ao longo deste artigo, o serviço interativo de TV Digital terrestre é definido como aquele que se caracteriza por ser acessível a partir de um aparelho de TV e que difere de uma sucessão linear de programas de vídeo de radiodifusão⁹³. A interatividade é aqui entendida no sentido empregado pela informática e intensificado pelas aplicações multimídia.

Diversas tipologias podem ser adotadas para classificar as diferentes aplicações interativas⁹⁴ Uma tipologia que parece interessante é a que se baseia na presença de um canal de retorno – meio físico para o envio da informação do usuário ao prestador do serviço interativo – para a fruição da aplicação. Determinadas aplicações interativas não necessitam de um canal de retorno, sendo baseadas apenas em interatividade local. Outra

⁹² Neste trabalho, a figura da emissora/programadora é usada indistintamente em diferentes contextos, mesmo na presença de operador de rede quando as funções típicas de emissora passam a ser exercidas por este agente.

⁹³ Meyer *et al.*, 2003.

⁹⁴ Op. Cit.

tipologia⁹⁵, dessa vez usando como referência o universo da televisão, é baseada na vinculação, ou não, das aplicações interativas aos programas que estão sendo exibidos. O primeiro tipo, em que há vinculação, a aplicação interativa enriquece as informações sobre o programa ou permite a participação. Quando não há vinculação, a aplicação leva o público para fora da programação oferecida pela emissora/programadora. Essa tipologia é interessante para que emissoras/programadoras possam mapear os serviços interativos entre aqueles que podem ser considerados como extensão, ou enriquecimento, de seu conteúdo tradicional e aqueles que podem significar oportunidades de novos negócios. A Figura 2 apresenta um mapeamento bidimensional de diversas aplicações interativas – conhecidas do cotidiano da internet, e possíveis de serem implementadas na plataforma de TV Digital terrestre utilizando essas duas tipologias como dimensões.

Na TVD terrestre, os serviços interativos estão num estágio embrionário e seus modelos de negócio são importados da internet. Os modelos de negócio associados a esses serviços envolvem algumas possibilidades, tais como: publicidade; assinatura ou *pay-per-use*; comissões; mediação e medição de utilização de infra-estrutura para canal de interatividade. O papel do provedor dos serviços interativos tem sido desempenhado por agentes atuando nas fases de programação e de distribuição e entrega.

⁹⁵ Vale a pena ressaltar que essas tipologias são diferentes da adotada nos modelos de exploração que estão sendo elaborados no projeto SBTVD, conforme Giansante *et. al.*, 2004, mas são utilizadas na análise para melhor compreender as experiências internacionais

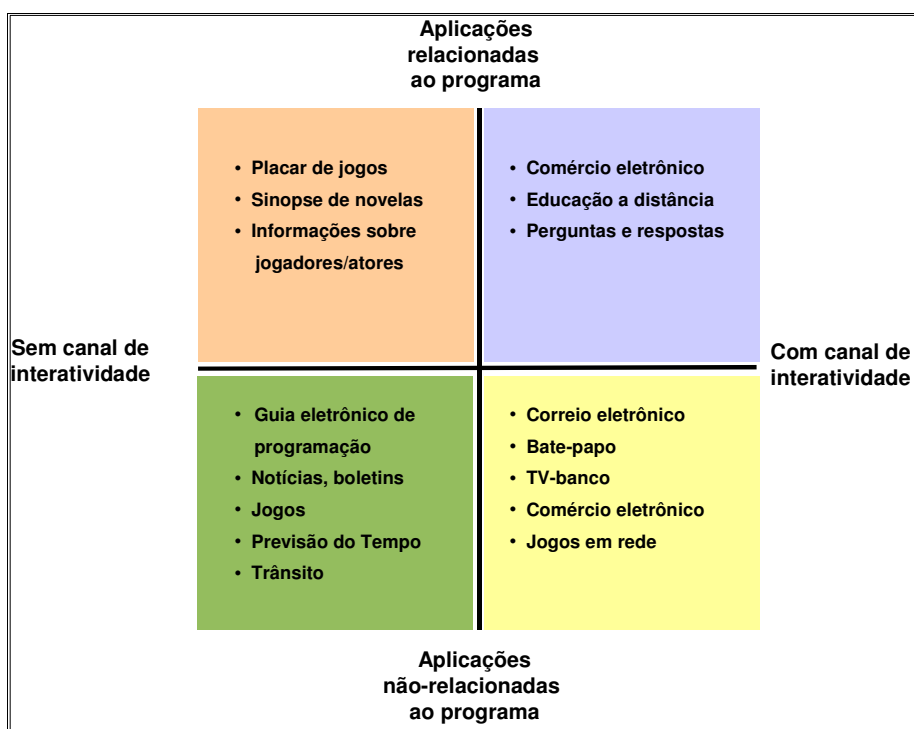


Figura 2 - Mapeamento de aplicações interativas em função da existência de canal de retorno e do relacionamento com o programa

Serviços baseados em mobilidade/portabilidade - os serviços baseados em mobilidade/portabilidade permitem a recepção dos sinais de TV digital pelo usuário em diferentes condições: parado, caminhando ou dentro de um veículo em alta velocidade. O serviço deve permitir a recepção a partir de diferentes tipos de terminais com antenas integradas, ou seja, por meio de aparelhos de televisão em veículos e de receptores de TV integrados a telefones celulares ou PDAs⁹⁶. Embora o serviço de TV móvel/portátil necessite, numa versão elementar, apenas da escolha de parâmetros de configuração que levem a uma modulação mais robusta do sinal de transporte, a sua integração com as redes de telecomunicações móveis permite a adição de um canal de retorno à plataforma. Dessa maneira, há uma facilidade inerente ao terminal portátil para ofertar serviços interativos no modelo de serviço fundamentado na mobilidade/portabilidade, potencializando a

⁹⁶ *Personal Digital Assistant..*

viabilidade econômico-financeira do modelo de exploração, pela adição de múltiplos modelos de negócio associados a esses serviços.

A Tabela 2 exibe algumas características das plataformas de TV digital para os serviços baseados em mobilidade/portabilidade que resultarão em limitações do conteúdo a ser criado para esses serviços. No caso de um audiovisual, por exemplo, o conteúdo deve ter curta duração pois o tempo de vida das baterias é limitado. O processamento do decodificador de vídeo é uma tarefa pesada e a bateria tem que ser, muitas vezes, compartilhada com serviços críticos, como o serviço de voz. Além disso, o tempo de atenção que o usuário dispõem também é limitado, pois, usualmente, ele está em deslocamento.

Tabela 2 – Características da plataforma de TVD para um serviço baseado em mobilidade/portabilidade

| | |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Qualidade de vídeo | QVGA 240 linhas horizontais x 320 linhas verticais Tipicamente para visor LCD de até 7" |
| Qualidade de som | Estéreo |
| Taxa média de bits | 384 a 630 Kbit/s |
| Dados | Texto e gráficos |
| Fonte de energia | Baterias Compartilhamento com o serviço de voz nos celulares Duração típica do conteúdo de 2 minutos. Máxima de 15 minutos |
| Compressão | MPEG-2 para terminais em veículos MPEG-4 AVC/H.264 para terminais portáteis |

Não existem, até o momento, pelo menos de acordo com as fontes utilizadas para a realização desse estudo, serviços baseados em mobilidade em operação comercial em plataformas de TV digital terrestre. Os modelos de negócio que estão sendo considerados pelos agentes envolvidos na promoção desse serviço envolvem a TV aberta para terminais móveis em veículos e o acesso a conteúdo interativo em terminais portáteis com as mesmas possibilidades de negócio dos serviços interativos ou modelos importados dos serviços de comunicações móveis.

O panorama mundial da TV digital terrestre

A Tabela 3 apresenta o panorama mundial dos modelos de exploração, serviços e modelos de negócio reunindo os principais tipos de serviços e como eles estão sendo agrupados e formatados nos países analisados. Até o presente momento, nota-se a preferência desses países pelos serviços de multiprogramação, em especial os países do continente europeu. A interatividade, da mesma forma ainda não foi totalmente explorada ou não foi alvo de maior preferência pelos envolvidos na escolha dos modelos de exploração. A TV aberta também se mostra como a de maior atuação no processo de transição. Já a TV por assinatura desempenha o papel de principal promotor da TV digital terrestre na Holanda e Suécia, sendo que nos demais países a sua oferta nessa plataforma se restringe a um negócio complementar ao da TV aberta, ou nem está presente⁹⁷.

Tabela 3 - Quadro-resumo dos serviços e modelos de negócio associados nos 11 países analisados.

| Serviços | Ale ma- nha | Aus- trá- lia | Co- réia do Sul | Es- pa- nha | E U A | Fin- lân- dia | Ho- lan- da | Ita- lia | Já- pão | Rei- no Uni- do | Sue- cia |
|---------------------------|-------------------|---------------------|--------------------------|-------------------|-------------|---------------------|-------------------|-------------|------------|--------------------------|-------------|
| Monoprogramação em HD | | ✓ | ✓ | | ✓ | | | | ✓ | | |
| Multiprogramação em SD | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Interatividade | | | | | | | | | | | |
| Sem canal de retorno | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Com canal de retorno | | | ✓ | | | ✓ | | ✓ | ✓ | | |
| Mobilidade/Portabilidade | | | ✓ | | | ✓ | | | ✓ | | |
| Modelos de Negócio | | | | | | | | | | | |
| TV aberta | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| TV por assinatura | | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ |
| Pagamento por evento | | | | | | | | ✓ | | | |

Uma forma interessante de se auferir os resultados dessa escolha de modelo de exploração é quanto à manutenção ou alteração do cenário de ofertas de conteúdo. O

⁹⁷ O fracasso da TV por assinatura como modelo de negócio principal na plataforma de TV Digital terrestre na Espanha e no Reino Unido é apresentado em Rios *et al.*, 2005.

impacto dos diferentes modelos de exploração sobre a oferta de programações audiovisuais nas plataformas de TVD terrestre em operação pode ser observado na Tabela 4 onde estão enumerados o total de emissoras envolvidas no processo de implantação. Esta tabela também procura classificar as emissoras por sua forma de remuneração, ou seja, se é de caráter público ou comercial. A tabela apresenta o mesmo conjunto de informações para emissoras públicas e comerciais privadas, para cada país:

1. o número de emissoras/programadoras presentes na plataforma terrestre analógica (ou seja, os “canais de TV” terrestres de cobertura nacional existentes);
2. o número de emissoras/programadoras presentes na plataforma de TV digital terrestre;
3. o número de emissoras/programadoras presentes na plataforma de TV Digital terrestre que são oriundas do *simulcast*⁹⁸ de programações das plataformas de TV a cabo e via satélite, restritas às emissoras/programadoras presentes na plataforma analógica terrestre.

A Tabela 4 procura evidenciar que com o lançamento dos serviços de multiprogramação nas plataformas de TV a cabo e via satélite, a maioria das emissoras/programadoras da plataforma de TV terrestre analógica, públicas ou comerciais, criou programações adicionais para posicionar-se nesse novo ambiente. Com a posterior digitalização das plataformas de TV terrestre, essa oferta extra de conteúdo estava disponível para ser aproveitada, principalmente nos países que acreditaram na viabilidade do modelo de exploração da TV Digital terrestre baseado na multiprogramação.

⁹⁸ *Simulcast* é a necessidade de transmissão simultânea de sinais analógicos e digitais em função da obrigatoriedade de acesso aos sinais de televisão aberta a todo cidadão que possuir um aparelho de TV, mesmo que analógico. Essa condição pode perdurar por mais de uma década, tendo em vista a resistência ou dificuldades dos cidadãos em adquirir um receptor digital.

Tabela 4: Quadro do número de emissoras públicas e comerciais estabelecidas no 11 países analisados que transmitem sinais digitais.

| Emissoras/programadoras com cobertura nacional⁹⁹ | Ale ma nha Ber lim | Aus trá- lia | Co- réia do Sul | Es- pa- nha | E U A | Fin- lân- dia | Ho- lan- da | Ita- lia | Já- pão | Rei no Uni- do | Sue- cia |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------|----------------------------|------------------------|------------------------------|----------------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------------------|---------------------|
| Emissoras/programadoras públicas na plataforma terrestre analógica | 11 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| Emissoras/programadoras públicas na plataforma de TVD terrestre | 14 | 2 | 1 | 2 | 1 | 5 | 3 | 8 ¹⁰⁰ | 2 | 8 | 4 |
| Emissoras/programadoras públicas na plataforma de TV digital terrestre que são <i>simulcast</i> do cabo e do satélite | 6 | - | - | 0 | - | 3 | 0 | 3 | - | 6 | 2 |
| Emissoras/programadoras comerciais na plataforma terrestre analógica | 10 | 3 | 4 | 3 | 6 | 2 | 6 | 6 | 5 | 3 | 1 |
| Emissoras/programadoras comerciais na plataforma de TV digital terrestre | 14 | 3 | 4 | 5 | 6 | 6 ¹⁰¹ | 6 | 6 | 5 | 5 | 3 |
| Emissoras/programadoras comerciais na plataforma de TV digital terrestre que são <i>simulcast</i> do cabo e do satélite | 6 | - | - | 0 | - | 2 | 0 | 0 | - | 2 | 2 |
| Total de programações na plataforma de TV digital terrestre | 28 | 6 | 5 | 7 | 8¹⁰² | 13 | 24 | 25 | 8²⁰ | 38 | 23 |

Assim, o modelo de exploração desses países complementa a oferta do *simulcast* da programação da plataforma terrestre analógica com a oferta de um *simulcast* “voluntário” das programações que as emissoras/programadoras já operam nas plataformas de TV a cabo e via satélite. Nos casos da Espanha, Itália e Finlândia, algumas programações novas foram criadas exclusivamente para a plataforma de TV digital terrestre, sem a existência prévia

⁹⁹ Informações compiladas a partir de AGCOM, 2005, Bajon *et al.*, 2003, Fontaine *et al.*, 2002 e Rios *et al.*, 2005.

¹⁰⁰ Duas novas emissoras/programadoras foram criadas exclusivamente para a plataforma de TV digital terrestre.

¹⁰¹ O total de programações pode ser diferente da soma de emissoras/programadoras públicas e comerciais pois pode representar a presença de novas programações não relacionadas a emissoras presentes na plataforma terrestre analógica, como, por exemplo, a programadora internacional Discovery Channel.

¹⁰² Ao menos uma programação extra eventual na emissora pública educacional, localmente (EUA) ou nacionalmente (Japão).

nas demais plataformas. Para os modelos de implantação não existem categorias padronizadas à semelhança do que foi observado nos modelos de exploração, dos quais foi possível descrever os serviços e modelos de negócio comuns nos países que já implantaram a TVD terrestre. Entretanto, existem características de implantação que são utilizadas em vários países que já iniciaram as transmissões, sendo que algumas delas, como o *simulcasting*, estão presentes em todos os modelos de implantação.

Associado ao *simulcasting*, a maioria dos países tem uma data, ou cronograma, definido para o desligamento das transmissões analógicas¹⁰³. Normalmente essa data está vinculada a metas de cobertura (penetração de receptores entre a população) e pode sofrer revisões periódicas, em função da velocidade do processo. Além disso, os modelos de implantação adotados diferem por alguns princípios básicos. Alguns países procuraram utilizar a transição analógico digital para alterar os atuais modelos de exploração, reforçando papéis como produtores de conteúdo e operadores de rede, em uma visão evidentemente horizontalizada da cadeia produtiva de televisão. Outros países preferiram não alterar o modelo atual, mantendo a verticalização da cadeia de valor, tendo em vista sua opção pela monoprogramação e alta definição.

A tabela 5 reúne as datas de início e de previsão de término da implantação e a situação atual da cobertura e penetração dos receptores digitais nos países contemplados nesse levantamento. A penetração apresentada nessa tabela é uma estimativa feita a partir do número de aparelhos receptores digitais vendidos em cada país, tendo como alvo apenas a fração de domicílios que dependem exclusivamente das transmissões de TV aberta na plataforma terrestre analógica.

¹⁰³ Conhecido como *switch-off*.

Tabela 5 - Data de lançamento, presença nacional e penetração da TV digital terrestre nos 11 países analisados nesse estudo¹⁰⁴.

| | Ale- ma- nha | Aus- trá- lia | Co- réia do Sul | Espa- nha | E U A | Fin- lân- dia | Ho- lan- da | Ita- lia | Já- pão | Rei- no Uni- do | Sue- cia |
|-------------------------------|--------------------|---------------------|--------------------------|--------------|-------------|---------------------|-------------------|-------------|------------|--------------------------|-------------------|
| Data de lançamento | 2002 | 2001 | 2002 | 2000 | 1998 | 2001 | 2003 | 2003 | 2003 | 1998 | 1999 |
| Operador de rede | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ |
| Presença nacional | 70% | 75% | 73% | 80% | 100% | 94% | 90% | 70% | 38% | 82% | 90% |
| Penetração (1º sem 04) | 28% | 10% | 11% | 1% | 7% | 37% | 25% | 5% | 11% | 27% | 67% |
| Início do desligamento | 2003 a 2010 | 2008 | 2010 | 2012 | 2006 | 2007 | - | 2006 | 2011 | 2006 a 2010 | 2005 a 2008 |

Considerações Finais

Este estudo permite apontar algumas tendências e características comuns nas experiências dos países analisados, entre elas:

- a multiprogramação com definição padrão é a base dos modelos de serviços adotados na Europa, ao passo que nos demais países (EUA, Austrália, Japão e Coréia do Sul) a tônica é a monoprogramação com alta definição. Todavia, os países fundamentados na monoprogramação utilizam de alguma forma a multiprogramação, em função dos interesses e atribuições das emissoras públicas. Na Austrália, existem emissoras que a utilizam de forma permanente, e nos EUA e Japão, apenas em alguns horários, intercalando-a com a monoprogramação. Ou seja, nesses países, as emissoras fazem uso praticamente completo do espectro disponível, seja com um sinal de alta definição, seja com a combinação de vários sinais com resolução padrão. Cabe aqui ressaltar que esse uso completo do espectro se deve à atual capacidade de compressão dos sinais e performance dos decodificadores comerciais. Com o aumento da taxa de compressão, melhoria na performance e redução de custos dos codificadores, nada impede que o uso completo do espectro signifique resoluções

¹⁰⁴ Conforme Rios *et al.*, 2005.

ainda maiores que os atuais 1080 e, ou mesmo, a transmissão simultânea de sinais HD e SD;

- a maior parte das grades de programação ainda é composta por conteúdo com definição padrão, mesmo nos países que adotam a monoprogramação. As exceções são a NHK do Japão, com 90% da sua produção em alta definição, a ABC e CBS dos EUA, consideradas as mais pró-ativas, com toda a programação do horário nobre em alta definição;
- quanto aos serviços interativos, o primeiro passo foi prover apenas aplicações baseadas na interatividade local, como o guia eletrônico de programação e os extras vinculados aos programas. Alguns poucos países têm incrementado a oferta dos serviços dessa natureza, usando um canal de interatividade externo à plataforma de radiodifusão, por exemplo, com infra-estrutura ADSL, como o Japão e Coréia do Sul;
- os serviços baseados em mobilidade/portabilidade ainda se encontram em fase de teste-piloto na maioria dos países. Entre os que estão com previsão de implantação comercial em 2005, encontram-se o Japão, a Coréia do Sul e a Finlândia – este último com canal de frequência totalmente dedicado à mobilidade já definido. Nesse caso, em especial, os países que optaram pelo padrão ATSC - o padrão norte-americano - se vêem obrigados a utilizar outro padrão de transmissão em canal de frequência adicional e exclusivo para a mobilidade/portabilidade. A Coréia do Sul desenvolveu um padrão próprio, o DMB. Isso não ocorre nos países que optaram pelos sistemas DVB-T e ISDB-T que permitem a implementação dos serviços móveis e portáteis no mesmo canal de frequência;
- em praticamente todos os países estudados, o modelo de negócio tem sido ancorado pelo modelo de TV aberta. A exceção fica por conta de Holanda e Suécia, com modelos de negócio baseados na TV por assinatura.

Do panorama mundial da situação da implantação apresentado neste estudo, é possível destacar que:

- todos os países utilizam o mecanismo do *simulcast* das programações analógicas na plataforma de TV digital terrestre;

- a implantação vem sendo preferencialmente iniciada pelos principais centros urbanos. Nos países europeus, em que existe o operador de rede, a implantação ocorreu de forma um pouco mais abrangente do ponto de vista geográfico e não apenas demográfico. Com exceção do Japão, que tem um espectro muito congestionado, todos os países apresentam uma taxa elevada de presença nacional dos sinais digitais;
- a maioria dos países analisados está revendo suas datas de desligamento das transmissões analógicas, motivados sobretudo pelos índices de penetração alcançados – aquém do esperado;
- nos países europeus analisados, existe a figura do operador de rede. Sua existência também é observada na Austrália, que prioriza a monoprogramação. Esse agente pode representar um mecanismo importante de compartilhamento de custos, tanto os afundados como os operacionais, pois na etapa inicial existirão poucos usuários com receptores digitais e mesmo o *simulcast* da programação da plataforma analógica representará um custo extra sem receitas adicionais esperadas.

Cabe ressaltar o papel das emissoras públicas nas plataformas de TVD baseadas na oferta do serviço de multiprogramação. A oferta de programações extras, antes disponíveis apenas nas plataformas de TV a cabo e via satélite, representa a universalização desse conteúdo e o cumprimento de suas obrigações. Nesse sentido não há como evitar a comparação entre os casos do Reino Unido e da Espanha onde, no primeiro caso, o fracasso do modelo de exploração inicial baseado na TV por assinatura foi corrigido em tempo, com a participação decisiva da emissora pública BBC. Já no segundo país, o fracasso do mesmo modelo inicial não pôde ser corrigido, pois não se determinou um papel significativo para a emissora pública TVE na plataforma de TV digital terrestre. Essa emissora continua dispondo de capacidade apenas para o *simulcast* de suas programações da plataforma terrestre analógica, mesmo possuindo programações extras nas plataformas de TV a cabo e via satélite. Mesmo no caso do Japão, com um modelo de exploração baseado na monoprogramação, a emissora pública NHK desempenha um papel decisivo e até histórico, dada a sua contribuição para o desenvolvimento da tecnologia de imagens em alta definição.

Embora tenhamos destacado a importância do envolvimento das emissoras públicas na transição para a TV Digital terrestre nos países analisados como um alerta à situação da TV pública no Brasil, não se pode esquecer a participação importante das emissoras comerciais. Principalmente no desenvolvimento de novos modelos de negócio e parcerias com empresas de telecomunicações para viabilizar os serviços baseados em mobilidade/portabilidade no Japão e na oferta de programações adicionais para o modelo de exploração baseado em multiprogramação e TV aberta, tornando esse modelo atrativo para o público europeu.

Referências Bibliográficas, Hemerográficas e de Sites

AGCOM . *Working Group on Digital Terrestrial Television in EPRA Countries – final report*. Italy: EPRA, 2004.

BAJON, J.; FONTAINE, G.; LE BORGNE-BACHSCHMIDT, F. *Digital Terrestrial Television: What's next?* . Montpellier: IDATE, 2003.

BIRD, J. . *Digital Television Broadcasting: Perspectives on the Future*. Swinburne University of Technology, Austrália, maio 2003. Disponível em www.lemac.com.au/new. Acesso em dezembro de 2004.

FONTAINE, G.; MESTAYER, T.; GUY, P.; MICHAUD, L. *The World Television Market*. v. 1: Markets. Montpellier: IDATE, 2002. (a)

GIANSANTE, M.; OGUSHI, C.M.; MENEZES, E.; BONADIA, G.C.; GEROLAMO, G.P.B.; RIOS, J.M.; PORTO, P.C.S.; HOLANDA, G.M.; DALL'ANTONIA, J.C. “Cadeia de Valor – Projeto Sistema Brasileiro de Televisão Digital: Modelo de Implantação. Versão AB PD.30.12.36A.0002A/RT-02-AB”. Campinas: CPqD, 2004. (*Relatório Técnico*, Cliente: Funttel, atividade 1236, OS: 40539).

MEYER, L.; BAJON, J.; MASSOT, M.; PUISSOCHET, A. *ITV services: Prospects for growth and profitability*. Montpellier: IDATE, 2003.

RIOS, J.M.M.; PATACA, D.M.; MARQUES, M.C.; HOLANDA, G.M.; DALL'ANTONIA, J.C. “Panorama Mundial de Modelos de Exploração e Implantação”.

Versão PD.30.12.36A.0002A/RT-04-AC. Campinas: CPqD, 2005 (*Relatório Técnico*, atividade 1236, OS: 40539).

TOME, T., PESSOA, A.C.F.; RIOS, J.M.; LOURAL, C.A.; DALL'ANTONIA, J.C. Relatório Integrador dos Aspectos Técnicos e Mercadológicos da Televisão Digital. PD.33.SV.E5A.0005A/RT-01-AB. Campinas: CPqD, 2001. Disponível em: www.anatel.gov.br . Acesso em março de 2005.

Sobre os Autores

Alexandre Kieling - Mestre em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Jornalista e professor do Curso de Realização Audiovisual da mesma universidade. Diretor do Complexo de Rádio e TV da Fundação Padre Urbano Thiesen. É Diretor Técnico da Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU) e Membro do Conselho Consultivo do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD).

André Barbosa F^o - Doutor em Comunicação pela ECA/USP, atualmente é assessor da Casa Civil da Presidência da República. Membro titular do Grupo Gestor do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD). Autor dos livros: *Gêneros Radiofônicos*, 2003; *Rádio: Sintonia do Futuro* (org.), 2004 e *Mídias digitais: Convergência Tecnológica e inclusão Social*, (org), 2005. Pesquisador Associado da UNB e sócio fundador da Intercom.

César Bolaño - É doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Professor da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Coordenador do Observatório de Comunicação (Obscom). É autor, no Brasil e no exterior, de *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*, 2000, *Mercado Brasileiro de Televisão*, 2003 e *Políticas de Comunicação e Economia Política das Telecomunicações no Brasil: convergência, regionalização e reforma*, Eptic, 2002, etc. Coordena o GT de Economia Política da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC).

Cosette Castro - É Doutora em Comunicação e Jornalismo pela Universidade Autônoma de Barcelona/ ES. Co-autora do livro “Mídias Digitais, Convergência e Inclusão Social” , (Paulinos, 2005) e autora de “Por Que os Reality Shows Seduzem as Audiências” (Paulus, 2006). É Jornalista. Ex- Professora de Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e na PUC/RS. Foi Coordenadora de Estágio e Pesquisa em TV Digital da Fundação Pe. Urbano Thiesen/RS até fev/2006. É membro da IAMCR, da ALAIC e da

Intercom e participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS).

Gustavo Fischer - Mestre em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Coordenador do Curso de Comunicação Digital e Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da mesma universidade. Publicitário. Participa do Grupo de Pesquisa em Mídias Digitais do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNISINOS.

José Manuel Martin Rios – Doutor em Física pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Faz parte da diretoria da Fundação CPqD - Centro de Pesquisa & Desenvolvimento em Telecomunicações.

Laurindo Leal F^o - Doutor e livre-docente em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, com pós-doutorado no Goldsmiths College da Universidade de Londres. É Professor de Pós-graduação na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). Jornalista e Sociólogo. Autor de *Atrás das Câmeras, Relações entre Estado, Cultura e Televisão*, 1988 e *A Melhor TV do Mundo – o modelo britânico de televisão*, 1997. Fundador da ONG TVER. Integra a Comissão de Acompanhamento da Programação de Rádio e TV criada pela Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados/SP.

Ricardo Benetton – Doutor em Ciências pela Universidade de Paris. Bacharel e Mestre em Física pela UNICAMP. Diretor e Coordenador do Projeto do Sistema Brasileiro de TV Digital na Fundação CPqD atuando junto ao Ministério das Comunicações. Atuou como professor universitário entre 1996 e 2003, ministrando Administração da Produção, Administração de Sistemas de Informação, Logística, TI e Metodologia Científica. Foi coordenador do Projeto de Fabricação de Lasers Semicondutores para Amplificadores Ópticos, contribuindo para que o Brasil fosse o quarto país no mundo a deter esta tecnologia (em 1996).

Sergio Murilo - Jornalista. Presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e membro da diretoria do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Ex – presidente do Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina e ex-professor do IELUC (Instituto Superior e Centro Educacional Luterano) de Santa Catarina.

Suely Fragoso - É Coordenadora e professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Coordena o Grupo de Pesquisa em Mídias Digitais do mesmo programa de pós-graduação. É Coordenadora do GT de Tecnologias Informacionais de Comunicação e Sociedade, na COMPÓS. Pesquisadora CNPq. É co-autora do livro *Comunicação na Cibercultura*, 2001.

Valério Brittos - Professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) na UNISINOS e doutor em Comunicação e Culturas Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). É autor de *Recepção e TV a cabo: a força da cultura local*, 2001, organizador de *Comunicação, Informação e Espaço Público: exclusão no mundo globalizado*, 2002 e co-organizador de *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*, 2005, entre outros. É presidente do Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura e coordena o Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS) no PPGCOM da UNISINOS.