



Resumo: Analisa o debate político relativo à implantação da TV digital no Brasil, tendo como referência a audiência pública da Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara dos Deputados, realizada em 31 de janeiro de 2006, com a participação do Ministro das Comunicações, Hélio Costa. Parte-se do pressuposto de que o Congresso Nacional exerceu relevante papel no debate sobre o tema, mas não exerceu nenhuma influência na escolha do modelo de TV digital, rendendo-se à proposta do Executivo que, por sua vez, acatou o projeto de interesse dos empresários do setor. Consta-se que existem pelo menos três fantasmas que perseguem as empresas brasileiras de televisão: 1) a possibilidade de um novo marco regulatório para o setor de radiodifusão; 2) o aumento da concorrência; e 3) e a ameaça do fim do broadcast, o sistema de difusão de informações utilizado pelo rádio e pela televisão.

Palavras-chave: TV digital- modelos de TV digital - debate sobre TV digital.

Abstract: This article analyzes the political debate concerning to the implantation of the digital TV in Brazil, taking as reference the speech of Hélio Costa, Brazilian Secretary of Communications, at the public hearing of the Committee on Science, Technology, Communication and Computer Science, of the House of Representatives, realized in January 31, 2006. It considers that the Congress did an excellent job on the discussions about the subject, but did not exert any influence in the choice of the digital TV standard, submitting itself to the Executive proposal that, on the other hand, accepted the project that benefits the TV entrepreneurs. The article evidences that three topics causes fear to the Brazilian television companies: 1) the possibility of a new legislation for the broadcasting sector; 2) the increase of competition; and 3) the end of "broadcast", the diffusion system used by radio and television.

Key-words: Digital TV - models of digital TV; - debate on digital TV.

Resumen: El artículo analiza el debate político relativo a la implantación de la televisión digital en Brasil y tiene como referencia la audiencia pública de la Comisión de Ciencia, Tecnología, Comunicación y Informática de la Cámara de los Diputados brasileña, hecha en 31 de Enero de 2006 con la participación del ministro de las Comunicaciones, Hélio Costa. Pátese de la presuposición de que el Congreso Nacional ha ejercido relevante papel en el debate acerca del tema, pero no ejerció ninguna influencia en la elección del modelo de TV digital. El presupuesto es de que el Congreso se rendió a la propuesta del Poder Ejecutivo que, por us vez, aceptó el proyecto de interés de los empresarios del sector. Se constató, por lo tanto, que hay, por lo menos, tres fantasmas que persiguen a las empresas brasileñas de televisión: 1) la posibilidad de un nuevo marco regulatorio para el sector de radiodifusión; 2) el aumento de la concurrencia; y 3) la amenaza del fin del broadcast, el sistema de difusión de informaciones utilizado por la radio e por la televisión.

Palabras clave: TV digital - modelos de TV digital - debate acerca de la TV digital.

Antonio Teixeira de Barros é Doutor em Sociologia e Mestre em Comunicação. **Adalberto Silveira Passos** é Jornalista, Especialista em Instituições Políticas do Legislativo. Ambos atuam no Programa de Pós-Graduação do Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (CEFOP) da Câmara dos Deputados, em Brasília.

A pesquisa tem como *corpus* a audiência pública da Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara dos Deputados, realizada em 31 de janeiro de 2006, com a participação do ministro das Comunicações, Hélio Costa. Nessa questão, o Congresso Nacional cumpriu seu papel como instância de debate público, mas não exerceu nenhuma influência na escolha do modelo de TV digital. Os parlamentares acataram pacificamente a proposta do Executivo, uma nítida vitória do lobby dos empresários do setor, visto que a escolha do sistema de TV digital refletiu os interesses dos radiodifusores.

Em relação aos debates políticos, observa-se que, em várias oportunidades, o Congresso Nacional tratou de temas relativos à digitalização da TV. No dia 16 maio de 2006, pouco mais de dois meses antes que o Ministério das Comunicações anunciasse o sistema de televisão digital aberta escolhido para o Brasil, a Câmara dos Deputados realizou o seminário TV Digital – Futuro e Cidadania. Foram abordados objetivos sociais, culturais e educacionais, aspectos econômicos e tecnológicos, padrões internacionais, contrapartidas e desenvolvimento nacional, além de questões regulatórias, com a participação de parlamentares e representantes de instituições públicas e privadas, entre eles o ministro Hélio Costa.¹

¹ O conteúdo do Seminário está reunido no volume Seminário Internacional TV Digital: Futuro e Cidadania, organizado pelo Conselho de Altos Estudos e Avaliação Tecnológica da Câmara dos Deputados.

² Conforme o artigo 91 do Regimento Interno da Casa, a sessão plenária pode se transformar em comissão geral para, dentre outras finalidades, o “debate de matéria

O tema já havia sido objeto de discussões no Conselho de Comunicação Social, que constituiu, em 26/06/2002, a Comissão de Tecnologia Digital, em resposta a uma consulta da Presidência do Senado Federal a respeito da “integração do Brasil aos avanços da digitalização da comunicação”. O próprio Senado chegou a realizar audiências públicas sobre o tema e a encaminhar requerimentos de infor-

relevante, por proposta conjunta dos líderes, ou a requerimento de um terço da totalidade dos membros da Câmara”.

³ A transcrição integral da Comissão Geral pode ser encontrada no endereço <http://intranet.camara.gov.br/internet/plenario/notas/extraord/em080206.pdf>.

mação ao Poder Executivo apresentados por senadores.

Na Câmara, muitos deputados requereram informações e houve, além de audiências públicas, uma Comissão Geral², em 08/02/2006, da qual participaram representantes de vários setores interessados no tema da TV digital, como radiodifusão, indústria eletroeletrônica e profissões ligadas à comunicação social³, entre outros. Pode-se dizer que todas essas iniciativas em nada interferiram nas decisões do Governo, pelo menos até um dos momentos críticos no processo: o da escolha de um dos sistemas tecnológicos disponíveis.

Descrição da pesquisa e da metodologia

A locução do ministro na reunião de audiência pública de 31/01/2006 foi aqui analisada utilizando-se os conceitos de posto, pressuposto e subentendido, na perspectiva teórica de Oswald Ducrot (1972; 1988), tal como aborda Orlandi (2005), e de modalidade, tal como Fairclough (2001) descreveu. O *Dicionário de Análise de Discurso* de Patrick Charaudeau e Dominique Maingueneau (2006) também faz referência a Ducrot e explica que o posto é o conteúdo explícito, “aquilo que é objeto confesso da enunciação”, que o pressuposto é o que está implícito, não constituindo o verdadeiro objeto do enunciado, e que o subentendido é uma função do contexto (Charaudeau e Maingueneau, 2006, p. 270 e 271). Segundo Ducrot (apud Orlandi, 2005, p. 82),

Distinguindo, na origem de sua reflexão, como diferentes formas de não-dizer (implícito), o pressuposto e o subentendido, este autor vai separar aquilo que deriva propriamente da instância da linguagem (pressuposto) daquilo que se dá em contexto (subentendido). Se digo ‘Deixei de fumar’, o pressuposto é que eu fumava antes. O posto (o

dito) traz consigo necessariamente esse pressuposto (não dito mas presente). Mas o motivo, por exemplo, fica como subentendido. Pode-se pensar que é porque me fazia mal. Pode ser também que não seja essa a razão. O subentendido depende do contexto.

O conceito de modalidade apresentado por Fairclough serve para identificar o comprometimento do falante com aquilo que ele diz. Isso implica que a modalidade é capaz de deixar transparecer significados não explícitos da fala ou sentidos subjacentes à superfície do discurso. A exposição do ministro é analisada na perspectiva das três grandes ameaças a que o setor de radiodifusão, especialmente a televisão, está sujeito, aqui denominadas fantasmas. São elas: a possibilidade de um novo marco regulatório, o aumento da concorrência e a decadência do *broadcast*. Isso implica que o conteúdo da reunião não será analisado em sua totalidade, mas apenas em trechos que se relacionem com esses tópicos, podendo as amostras enunciativas ser extraídas tanto da parte inicial quanto das respostas dadas às intervenções dos deputados.

Um dos eixos da análise é o debate sobre a convergência tecnológica, que elimina as fronteiras entre computador, radiodifusão e telefonia. Ela despertou nos radiodifusores o interesse de estabelecer um novo marco regulatório para o seu setor, ameaçado pela possibilidade de entrada de poderosos concorrentes como as empresas telefônicas. A TV digital, entretanto, deve ter criado o seguinte dilema para os concessionários de televisão: estimular a regulamentação imediatamente, sob o risco de haver uma reconfiguração do esquema de concessão de canais que lhes fosse desfavorável ou adotar a estratégia de garantir seu espaço e depois regulamentar. Tudo indica que esta última opção foi a escolhida, a julgar pela insistência dos radiodifusores em defender a

⁴ “É o processo por meio do qual os representantes de grupos de interesses, agindo como intermediários, levam ao conhecimento dos legisladores ou dos decision-makers os desejos de seus grupos” (Bobbio; Matteucci; Pasquino, 2004, p. 563-564).

⁵ Segundo Gianfranco Pasquino, o grupo de pressão é o grupo de interesse que se organiza para influenciar decisões do poder político por meio de sanções ou ameaças (Bobbio; Matteucci; Pasquino, 2004, p. 564).

te-levisão de alta definição (HDTV).

Esta análise, portanto, terá como referência as questões da regulamentação e da concorrência, para tentar indicar pontos de convergência entre o pensamento do ministro das Comunicações e os interesses dos concessionários de televisão. A terceira ameaça ou fantasma, que é o possível fim do *broadcast*, também será observada, embora nada ou quase nada seja possível fazer para impedi-lo, ao contrário da regulamentação e da concorrência, sobre os quais os radiodifusores podem realizar algum tipo de intervenção.

A influência da mídia, especialmente da televisão, no Congresso Nacional, é exercida em pelo menos três frentes de poder que se complementam e funcionam sinergicamente: a formação da opinião pública, o *lobby* sobre instâncias políticas e administrativas e a propriedade de emissoras por parte de parlamentares. Este *paper*, além de abordar as três frentes, analisará também três ameaças que se comportam como fantasmas a assombrarem o rádio e a televisão brasileira: regulação, concorrência e fim do *broadcast*.

A relação dos radiodifusores com o Congresso Nacional

Nas democracias, a mídia atua na formação da opinião pública e, por conseqüência, no comportamento político dos deputados e senadores. Democracia, neste caso, deve ser entendida como “um governo de opinião”, conforme a expressão de Sartori (2001). Outra influência da mídia sobre o Congresso Nacional é a que se concretiza no lobby⁴ exercido por suas instituições representativas que atuam como grupos de pressão⁵ ou mesmo por representantes das próprias empresas. A atuação des-

ses grupos no Brasil não é novidade. Durante a República Velha, nas primeiras décadas do século passado, foi observada, por exemplo, a atuação da Associação Comercial da Bahia em diversas ações de lobby no Congresso, em defesa do interesse de seus associados. Já em 1962, os próprios radiodifusores pressionaram os parlamentares para a derrubada dos vetos presidenciais ao Código Brasileiro de Telecomunicações. A ação desses grupos se concretiza de diversas formas, como apoio financeiro a campanhas políticas, depoimentos em audiências públicas, envio de correspondências, ameaças de punição e oferecimento de prêmios, dentre outras. Há várias instituições representativas do setor de mídia no Brasil, destacando-se a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), fundada em 1962, que é considerada uma das mais atuantes entidades empresariais no Congresso Nacional.

A terceira frente de influência da radiodifusão no parlamento brasileiro resulta do controle de empresas de rádio e televisão por deputados e senadores. Embora já conhecida, teve sua dimensão revelada por duas pesquisas: uma refere-se à Câmara dos Deputados e foi conduzida pelo professor Venício A. de Lima, do Núcleo de Estudos sobre Mídia Política da Universidade de Brasília; outra, relativa ao Senado, foi realizada pelo Instituto de Pesquisas em Comunicação (Epcom). De acordo com o levantamento de Lima, que tomou como base o cadastro de emissoras do ministério das Comunicações, pelo menos 51 dos 513 deputados que compõem a Câmara – aproximadamente 10% - eram concessionários de rádio e televisão em agosto de 2005. No Senado, a pesquisa do Epcom⁶ revelou que, em julho do mesmo ano, estavam ligados a veículos de comunicação, direta ou indiretamente, por meio de parentes,

⁶ O levantamento do Epcom pode ser encontrado neste endereço da Internet: <http://www.fndc.org.br/arquivos/Senadores.xls>.

30 dos 81 senadores, o que dá um percentual de 37% (Lima, 2006, p. 132). Um desses problemas é que há pequenas diferenças entre os nomes nas duas relações, embora seja óbvio que se trate das mesmas pessoas.

Lima também analisou a composição da Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara (CCTCI), que tem papel decisivo na aprovação de leis que tratem da radiodifusão, bem como na homologação e concessão de emissoras de televisão e rádio. Em 2003, o cadastro do Ministério das Comunicações apresentava os nomes de 16 deputados integrantes daquela Comissão, que na ocasião era composta de 51 membros, como sócios e/ou diretores de 37 concessionárias. Levando-se em conta o *quorum* mínimo para deliberação de 26 deputados, era possível a esses concessionários aprovar ou rejeitar uma proposição. Em 2004, o número de parlamentares da CCTCI que possuíam concessões abaxou para 15, mas, em compensação, aquele órgão da Câmara teve sua composição diminuída para 33 membros titulares, o que reduziu o *quorum* de deliberação para 17 deputados. Isso significa que a bancada da radiodifusão continuou com a possibilidade de aprovar ou rejeitar qualquer proposição.

Os três fantasmas

Pelo menos três fantasmas perseguem as empresas brasileiras de televisão: 1) a possibilidade de um novo marco regulatório para o setor de radiodifusão; 2) o aumento da concorrência; e 3) e a ameaça do fim do *broadcast*, o sistema de difusão de informações utilizado pelo rádio e pela televisão, em que há apenas um emissor e diversos receptores simultaneamente.

O primeiro fantasma, dado o poder de in-

fluência das empresas de radiodifusão sobre a política e a administração do país, vem sendo evitado desde 1962, quando entrou em vigor o Código Brasileiro de Telecomunicações, Lei 4117. Os dois últimos passaram a ser uma ameaça concreta para o setor com o surgimento das mídias digitais e, particularmente, no caso da televisão, com a proximidade cada vez maior da TV digital, que também deverá ser um foco de instabilidade regulatória, já que induz outros setores da sociedade a reivindicar direitos e a pressionar o Estado no sentido de realizar mudanças institucionais.

Primeiro fantasma: a regulação

As raras tentativas de regulação do setor, quando vingaram, tiveram resultados insuficientes em relação a seus objetivos, dado que geralmente contrariavam interesses corporativos dos radiodifusores, cujo poder de pressão sobre as instâncias decisórias do Estado brasileiro é quase ilimitado. Surpreendentemente, nestes últimos tempos, os radiodifusores passaram a manifestar interesse por uma nova institucionalização. Acontece que a convergência tecnológica precipitou alguns fatos que colocam em risco a hegemonia das empresas tradicionais de radiodifusão, com a possibilidade de entrada de novos e poderosos atores no seu reino, como as empresas de telefonia.

Em palestra no Conselho de Comunicação Social (CSS), o vice-presidente de Relações Institucionais das Organizações Globo, Evandro do Carmo Guimarães, deixa clara a preocupação dos radiodifusores quanto à ameaça da telefonia em termos de distribuição de conteúdo, apelando para a necessidade de regulamentação (CSS, 2006, p. 105). Guimarães se apegou à bandeira do nacionalismo:

Discutir convergência para mim é discutir um princípio, é remontar a conveniência ou não do espírito constitucional, reservar aos nacionais a propriedade efetiva e a gestão dos negócios que provêem informação, entretenimento e cultura aos brasileiros de todos os estados, de todas as fronteiras, de todos os municípios (CSS, 2006, p. 107).

Também o diretor de Tecnologia da Rede Brasil-Sul de Televisão, Fernando Ferreira, ao falar no CSS, afirmou: “A televisão aberta necessita de regulamentação. Ainda não foi para o digital. Então isso mostra o *gap* e o quanto o futuro da TV aberta necessita, com velocidade e com rapidez, com urgência, buscar sua regulamentação” (CSS, 2006, p. 102).

Segundo fantasma: a concorrência

O aumento da concorrência dependerá, em grande parte, da regulamentação que for exercida sobre a utilização do espectro eletromagnético, não apenas no que se refere à redistribuição das faixas de frequência, mas também quanto a outras questões, como a veiculação de produtos audiovisuais independentes, separação entre produtores e transmissores de conteúdo⁶, dentre outras.

As tecnologias digitais aumentam consideravelmente a disponibilidade de espaço para a transmissão de programas televisivos, tanto pela capacidade de compressão quanto pela resolução do problema de interferências entre os sinais, o que abre um caminho para a entrada de novos participantes. Ainda assim, não se pode descartar a possibilidade de manutenção ou ampliação do espaço das atuais empresas concessionárias que, por força de sua influência política, ganhariam o *status* de latifundiárias do espectro eletromagnético, justamente onde está um dos mais perigosos fantasmas para seu negócio.

As emissoras de televisão utilizam dois argumentos contra a entrada de novos concorrentes no

⁷ Existe a possibilidade de instituir a figura do operador de rede, cujo papel seria organizar e transmitir a programação fornecida pelos produtores. Nesse caso, não haveria necessidade de concessão de canais para os programadores, como ocorre atualmente. Uma das vantagens seria a redução de custos, o que possibilitaria a entrada de novos participantes. Esse sistema segue os princípios dos chamados monopólios naturais, em que o custo de um serviço oferecido por um único fornecedor é mais baixo do que por mais de um, dada a infra-estrutura necessária. É o caso, por exemplo, dos serviços de água e esgoto ou do fornecimento de eletricidade.

mercado, como observa João Brant, integrante do Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social: 1) não há verbas publicitárias para sustentar novos canais; 2) não existe suficiente produção audiovisual de qualidade para preencher os novos espaços. Para reforçar o primeiro argumento, as emissoras ressaltam que seu poder de investimento seria prejudicado com a fragmentação do mercado publicitário, o que afetaria a qualidade de seus produtos. Trata-se de uma contradição em relação às leis econômicas, como pondera Brant, já que “a eficiência econômica é garantida pela concorrência, que por sua vez impulsiona a inovação” (Brant, 2006).

O segundo argumento seria uma tentativa de justificar uma das formas de concentração da mídia - a concentração vertical⁸. Contra esse argumento, Brant indaga: “Por quais critérios seriam as Tvs abertas hoje existentes um exemplo de qualidade?” O autor lembra que há “um enorme contingente de produção independente no Brasil, hoje sufocado pela falta de espaço para veiculação”.

Um fator que certamente contribui para o aumento da concorrência é a Internet. Embora ainda seja privilégio de uma minoria no Brasil, a rede mundial de computadores já pode ser vista como uma ameaça para o negócio da radiodifusão, pela capacidade de transmitir imagens e sons. Com a convergência que as tecnologias digitais proporcionam, a própria Internet poderá estar disponível na televisão para todos os telespectadores, que não precisarão se prender à programação das emissoras tradicionais.

No mundo todo, há um processo de migração de usuários da mídia tradicional – televisão, rádio, jornais e revistas - para a Internet. Em países ricos, como os Estados Unidos, é possível perceber com mais clareza a diminuição da audiência da televisão

⁸ Por concentração vertical entende-se aquela em que uma mesma empresa atua em todas as fases dos processos de produção e distribuição.

em consequência da expansão da rede mundial de computadores, e, mesmo no Brasil, já se verifica esse fenômeno. Como reação a esse processo de redução de seu mercador consumidor ou até mesmo pela lógica da expansão, inerente ao capitalismo, as empresas de mídia estão procurando se fundir e atacar, o quanto possível, os sistemas regulatórios. Não é por outra razão que, nos últimos anos, a concentração no setor de comunicação vem se acentuando perigosamente no mundo.⁸

⁸Nos primeiros anos do século 21, a indústria da comunicação consolidou mudanças radicais em sua estrutura. Num processo nunca visto de fusões e aquisições, companhias globais ganharam posições de domínio na mídia. Os seis maiores conglomerados – Time Warner, Walt Disney, Vivendi-Universal, Viacom, Bertelsmann e News Corporation – passaram a gerar 160 bilhões de dólares de receita, mais de um terço da receita total de 415 bilhões de dólares das cinquenta maiores companhias de mídia, em todo o mundo” (Costa, 2005, p. 2).

No mesmo sentido, há um ataque maciço à regulação, como o que vem ocorrendo nos Estados Unidos, desde a década de 1990, quando foi editado o *Telecommunications Act*, que modificou pontos importantes do *Communications Act*, a lei de 1934 que impôs restrições à concentração na mídia e instituiu a *Federal Communications Commission* (FCC). No entanto, nada se compara ao que, por outras razões, vem acontecendo no Brasil desde o final da década de 1960, em termos de concentração. Referindo-se aos Estados Unidos, Fernão Lara Mesquita, em conferência apresentada num seminário internacional de comunicação realizado em Brasília, em 2004, afirmou que os americanos são “meros aprendizes” dos brasileiros “em matéria de concentração da propriedade e, principalmente, de ligações perigosas entre ela e o poder político” (Mesquita, 2004).

No Brasil, onde a concentração da mídia é mais antiga, parece que o principal objetivo das atuais concessionárias de televisão é dificultar a entrada de novos concorrentes e, pelo menos, amenizar a possível diminuição de sua fatia de mercado. A partir da implantação da TV digital, em que esse risco torna-se mais palpável, uma estratégia visível das concessionárias é a imposição do HDTV. Como se verificou no capítulo anterior, essa modalidade é a

que mais ocupa espaço no espectro eletromagnético, chegando a tomar a totalidade dos 6 megahertz que cada uma das atuais emissoras ocupa no sistema de televisão analógica. Sobrariam os canais adjacentes, que atualmente não são utilizados por causa da interferência de frequências, um problema que as tecnologias digitais estão conseguindo resolver. Entretanto, pelo menos durante o período de simulcasting⁹, em que os dois sistemas – digital e analógico – terão de funcionar simultaneamente até que um percentual determinado de telespectadores mude de um para o outro, as concessionárias não correriam o risco de entrada de novos concorrentes nas faixas de VHF e UHF. As empresas poderão utilizar um canal a mais de 6 megahertz enquanto durar o simulcasting.

Em matéria publicada em 08/03/2006, o jornal Folha de São Paulo informava que “a escolha brasileira sobre o padrão tecnológico da TV digital obedece a quatro critérios, o que significa dizer que a evolução tecnológica terá que oferecer aos usuários da TV aberta transmissões em alta definição, interatividade, portabilidade e mobilidade”⁹. Ao menos três desses critérios foram reivindicados pelas empresas concessionárias de televisão, com destaque para a alta definição, e todos eles conduziram o governo brasileiro, representado pelo ministério das Comunicações, para a escolha do sistema japonês, ISDB.

O americano ATSC, embora enfatize a alta definição e ofereça interatividade, não se mostrou capaz de atender aos critérios de portabilidade e mobilidade. O europeu DVB e o japonês ISDB atendem aos quatro critérios, mas aquele possui duas características que desagradam às emissoras de televisão: privilegia transmissões múltiplas e simultâneas e

“vincularia a transmissão móvel às redes das redes celulares, já que o sistema demandaria a utilização de uma estrutura em separado para as transmissões destinadas a receptores móveis, o que garantiria a participação dessas empresas no negócio” (Folha Online).

A portabilidade e a mobilidade, se representam para as emissoras a oportunidade de entrar em nichos de mercado ainda não explorados, poderiam ser também, caso a escolha recaísse no sistema DVB, uma ameaça pela possibilidade de entrada de novos concorrentes, como organizações não-governamentais e empresas de telecomunicações na distribuição de conteúdo televisivo. Mesmo com a escolha do ISDB, essa ameaça não está fora de cogitação, pelo aumento da disponibilidade de espaço no espectro eletromagnético ou mesmo pela utilização de parte das faixas de frequência da telefonia para transmissão de conteúdo, desde que a legislação seja modificada com esse objetivo.

¹⁰ “Será consignado às concessionárias e autorizadas do serviço de radiodifusão de sons e imagens, para cada canal outorgado, canal de radiofrequência com largura de banda de seis megahertz, a fim de permitir a transição para a tecnologia digital sem interrupção da transmissão de sinais analógicos.” (Decreto nº 5.820/06, art. 7º).

¹¹ Portabilidade é a possibilidade de recepção dos sinais da TV digital por diversos tipos de equipamentos, como laptops, celulares ou PDAs. Mobilidade é possibilidade de recepção dos sinais em veículos em movimento, como automóveis ou trens.

Terceiro fantasma: o fim do *broadcast*

Com as tecnologias digitais, surgiu o fantasma do fim do *broadcast*, pois tornou-se concreta a possibilidade de comunicação direta, interativa e individualizada, síncrona ou assíncrona, com usuários das mídias eletrônicas. Ainda não é possível saber o que acontecerá no mundo da televisão, com as opções do telespectador se multiplicando de forma jamais imaginada, mas alguns impactos são previsíveis.

Um novo tipo de mídia televisiva, como aquela que se prefigura, por exemplo, no sítio da Internet You Tube¹⁰ ou no Videolog¹¹, que permitem ao telespectador inserir seu próprio conteúdo, e as facilidades de troca de arquivos entre usuários na

rede mundial de computadores, acenam com a possibilidade de uma transformação radical na distribuição de conteúdos de áudio e vídeo, cujo ponto extremo seria fazer do broadcast uma prática anacrônica. Observe que não se trata de prever o fim do meio televisão, mas da perda de importância de uma de suas características relevantes no mundo analógico, que dá suporte a sua centralidade social e política e contribui em grande parte para seu poder de construção de hegemonia, principalmente num contexto de alta concentração como o brasileiro.

Essa decadência do broadcast também poderá ter impactos no mercado publicitário, no qual a televisão atua como protagonista. Segundo Lima, a comunicação da mídia tem duas características: unidirecionalidade e produção centralizada, integrada e padronizada de seus conteúdos. No caso do sistema de broadcast, pode-se acrescentar outra característica, além dessas duas: a simultaneidade ou sincronidade da audiência. Na mídia digital, todos esses atributos da radiodifusão tradicional ficam ameaçados, deixando de ser indispensáveis, pois surgem novas características que lhe são opostas e excludentes, como a bidirecionalidade, a produção descentralizada, não-integrada e não-padronizada de conteúdos, além da não-simultaneidade da audiência. É fato conhecido que as agências de publicidade, no que se refere ao rádio e à televisão, baseiam-se em índices de audiência alcançados por uma emissora em determinado horário para distribuir seus anúncios, ou seja, elas se orientam pela lógica do broadcast. Na mídia digital, essa lógica deixará de existir, pois o ouvinte ou telespectador não mais precisará de se prender a horários fixados pelas emissoras para assistir qualquer programa. Por consequência, as grades de programação que existem atualmente na

TV, em que os conteúdos obedecem a uma cronologia previamente estabelecida, de forma a criar hábitos no telespectador, tendem a desaparecer.

A TV digital brasileira

O Sistema Brasileiro de Televisão Digital foi instituído pelo Decreto 4.901, de 26 de novembro de 2003, mais de dez anos depois de iniciado o debate sobre o assunto no país. Em 1991, o Ministério das Comunicações criou a Comissão Assessora de Assuntos de Televisão (COM-TV) com vistas à proposição de políticas para a TV de alta definição e, mais tarde, para a TV digital. Em 1994, a Associação Brasileira de Emissoras de Televisão (Abert) formou, em conjunto com a Sociedade de Engenharia de Televisão (SET), um grupo de estudos para tratar do assunto. Em 1998, quando a COM-TV se extinguiu, a recém-criada Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) ficou com suas atribuições e, no mesmo ano, deu início ao processo de seleção do sistema de TV digital para o Brasil, estabelecendo as regras e procedimentos sobre testes a serem realizados.¹²

Os testes, que se fixaram nos padrões de modulação utilizados pelos três sistemas existentes – 8-VSB, no caso do estadunidense e CODFM no caso do europeu e do japonês, acabaram por ser realizados apenas em São Paulo, devido a limitações de recursos financeiros.¹³ Em fevereiro de 2000, os coordenadores anteciparam a divulgação de alguns resultados da pesquisa, os quais foram colocados em consulta pública pela Anatel.¹⁴ Uma de suas recomendações era de que fosse escolhido um dos sistemas que adotavam a modulação CODFM – o europeu DVB ou o japonês ISDB, com preferência para esse último, descartando o estadunidense

¹² <http://www.youtube.com>

¹³ <http://www.videolog.com.br>

¹⁴ Foi então que 17 emissoras, principalmente das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, credenciaram-se e o grupo de estudos Abert/Set, em acordo com a Universidade Presbiteriana Mackenzie, da capital paulista, iniciou suas experiências em um laboratório montado com essa finalidade. Foi firmado um convênio de cooperação tecnológica entre a Universidade Mackenzie e a empresa NEC do Brasil, que injetou cerca de R\$ 2,5 milhões no projeto. Tanto essa empresa quanto a Abert foram beneficiadas com incentivos fiscais na ocasião. Em 1999, a Fundação do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento (CPqD),

contratada pela Anatel, que passou a avaliar o projeto, integrou-se aos trabalhos com as funções de validar a metodologia utilizada, analisar os resultados, planejar a implantação do sistema escolhido no país e estudar seus impactos socioeconômicos. Ainda não se cogitava sobre o desenvolvimento de um sistema brasileiro.

¹⁵ De acordo com o decreto, o SBTVD se estruturou em três comitês: o de Desenvolvimento, vinculado à presidência da República e composto por ministros de Estado, ao qual competiria a definição das políticas para desenvolvimento do sistema, a transição, a regulação e o modelo de negócios; o Comitê Consultivo, composto por representantes da sociedade civil, que teria a incumbência de propor ações e diretrizes; e o Grupo Gestor, cuja responsabilidade seria a de conduzir as ações que os dois comitês determinassem. Desde então, vários grupos de pesquisa foram formados, envolvendo 79 instituições e mais de 1200 pesquisadores. Ficou estabelecido, a partir de março de 2004, quando foi criado o Comitê de Desenvolvimento, o prazo de um ano para a finalização dos estudos e a entrega do relatório dos trabalhos, mas, por conta de alguns atrasos, isso não foi possível. Por essa razão, o prazo foi estendido para 23 meses, ficando a entrega do relatório para fevereiro de 2006.

ATSC, cuja modulação era 8-VSB. Entre as vantagens apresentadas pela modulação CODFM estava a “alta definição com adequada robustez” (Bolaño, 2004a).¹⁵ Esse relatório parcial também registrava algumas vantagens do sistema japonês sobre os demais, como melhor recepção dos sinais por antenas internas, maior imunidade a ruídos e possibilidade de recepção móvel.

A Anatel recebeu o relatório final em junho de 2000 e o disponibilizou em consulta pública. A preocupação com a alta definição ali estava nítida: “Apesar de poder transmitir em HDTV, o DVB-T ainda não colocou no mercado receptores que possam decodificar e exibir HDTV, pois nenhum país europeu tem a intenção de introduzir serviço de alta definição” (BOLAÑO, 2004a).

Em 2001, o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CpqD) concluiu um documento que a Anatel havia lhe encomendado, o “Relatório Integrador dos Aspectos Técnicos e Mercadológicos da Televisão Digital” e apontava fatores importantes que ainda não haviam sido abordados, tais como “a exclusão social na sociedade da informação”, “melhoria do nível de emprego”, “benefícios para o telespectador” e “abertura para novas aplicações no futuro”. Algumas metas foram propostas, tais como a universalização e democratização do acesso às informações, a integração nacional e preservação de identidades regionais, a integração latino-americana e a produção industrial e geração de empregos pela expansão da indústria de aparelhos eletrônicos domésticos e aumento das vendas de receptores. O relatório do CPqD foi colocado em audiência pública pela Anatel para discussão da sociedade, mas o que se viu foi um comparecimento maciço de representantes dos radiodifusores e da

indústria eletroeletrônica, de maneira que as questões mercadológicas foram privilegiadas, embora os comentários e contribuições tenham sido genéricos, sem oferecer informações adequadas quanto aos tópicos propostos (BOLAÑO, 2004a). Dados o resultado insatisfatório dessa audiência pública e a necessidade de aprofundamento dos estudos sobre o assunto, a decisão sobre a escolha do sistema foi adiada.¹⁷

A partir de 2003, quando se iniciou o governo Lula, as questões da TV digital saíram do âmbito da Anatel e passaram a ser tratadas e resolvidas pelo ministério das Comunicações. Já na primeira semana do novo governo, o então ministro das Comunicações, Miro Teixeira, anunciou que o Brasil poderia desenvolver um sistema próprio ou se associar à China ou à Índia. No ano anterior, o Brasil já havia recebido uma proposta da China nesse sentido e a tinha ignorado, fato que não fora noticiado pela grande mídia.¹⁵

Estabeleceu-se um debate a partir do anúncio do então ministro. De um lado, estavam aqueles que consideravam a constituição de um sistema próprio como uma oportunidade para o país deslancar nos campos tecnológico e industrial, com impactos positivos para seu desenvolvimento. Defendiam essa posição setores da academia e da indústria eletroeletrônica, entre outros. De outro lado, estava o grupo Abert/SET, que se colocava “contrário a qualquer proposta que não contemplasse o oferecimento imediato das novidades propiciadas pela nova tecnologia” (BOLAÑO, 2004a).

Com a Proposta de Política para Adoção de Tecnologia Digital no Serviço de Televisão, que o ministério submeteu à presidência da República em abril de 2003, começava a se esboçar o novo sistema que incorporava alguns princípios já previs-

¹⁷ A respeito dessa peça jurídica, Montez e Becker (2005, p. 135) assinalam: O decreto, além de nortear a transição do sistema analógico para o digital, evidenciou que esse avanço tecnológico não se restringiria a uma simples troca de equipamentos. A preocupação com a inclusão social por intermédio da TV e com o desenvolvimento da indústria nacional estava entre os principais objetivos. O decreto deixou claro que a TV digital seria uma ferramenta com finalidades sociais, não uma simples evolução tecnológica que atende apenas a interesses mercadológicos.

¹⁸ *Very High Frequency*. Frequência comum para propagação de sinais de televisão (canais 2 a 13) e rádio.

¹⁹ *Ultra High Frequency*. Assim como o VHF, é utilizada na propagação de sinais de televisão (canais 14 a 69) e rádio.

²⁰ O art. 5º do decreto 5.820/06 estabelece: "O SBTVD-T adotará, como base, o padrão de sinais do ISDB-T, incorporando as inovações tecnológicas aprovadas pelo Comitê de Desenvolvimento de que trata o Decreto nº 4.901, de 26 de novembro de 2003". Isso significa que o SBTVD-T passou a ser o próprio ISDB-T ao qual as inovações tecnológicas do sistema desenvolvido no Brasil serão acrescentadas. O T das siglas significa terrestre.

tos no governo anterior, de Fernando Henrique Cardoso. Em maio desse ano, foi criado um grupo para analisar os estudos já feitos. Em novembro publicou-se o Decreto 4.901, que institui o Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD).¹⁷

No dia 29 de junho de 2006, o decreto 5820/2006, de 15 artigos, assinado pelo presidente da República estabeleceu, dentre outras definições, que a tecnologia do sistema de TV digital japonês será adotada pelo Brasil para transmissões terrestres - VHF¹⁸ e UHF¹⁹. Estava encerrada uma fase do processo de implantação da TV digital no Brasil em que se defrontaram diversos atores, como representantes das emissoras de televisão, das telecomunicações, da indústria eletroeletrônica, de setores da sociedade civil preocupados com a democratização da mídia.

Conhecido como ISDB (Integrated Services Digital Broadcasting), o sistema japonês, preferido das emissoras de televisão, estava em disputa com o estadunidense ATSC (Advanced Television System Committee), o europeu DVB (Digital Video Broadcasting) e o brasileiro SBTVD²⁰, instituído pelo Decreto 4901, de 26 de novembro de 2003.

Análise do discurso do ministro

Hélio Costa

A partir de agora apresentaremos uma síntese da análise da participação do Ministro, de acordo com os critérios já descritos anteriormente. Em primeiro lugar, cabem os elementos biográficos que contribuem para a identificação do lugar de fala do Ministro, sobretudo no que se refere a seus vínculos com a radiodifusão. Durante a reunião, ele declarou:

Quando dizem que eu defendo muito os radiodifusores e os teledifusores, digo que sim, não só porque sou do

setor – tenho muita honra de ser do setor, diga-se de passagem – mas sobretudo porque vejo nas minhas andanças políticas no Brasil inteiro que a televisão ainda é o grande instrumento de diversão popular, praticamente gratuito.

Aos quinze anos, Costa já era locutor de rádio em Minas Gerais e, tempos depois, passou a trabalhar na Rede Globo de Televisão, tendo chefiado a sucursal dessa empresa nos Estados Unidos. Atuou nos programas Fantástico e Linha Direta. De acordo com levantamento realizado pelo Epcom²¹, o nome de Costa aparecia, em abril de 2004, na lista do ministério das Comunicações como titular da empresa ABC Rádio e Televisão, concessionária de uma emissora de rádio em Barbacena-MG.

Ao contrário do que normalmente acontece, foi o próprio ministro que solicitou a visita à CCTCI, a qual assumiu as características de reunião de audiência pública, “para informações sobre o Fust²² e a implantação da TV digital no País”, conforme a Ata da 1ª Reunião Ordinária da CCTCI de 2006, realizada no dia 25 de janeiro. O então presidente da Comissão, que conduziu os trabalhos da reunião de 31 de janeiro, era o deputado Jader Barbalho, concessionário de televisão no Pará.

Estaria o ministro, ao tomar a iniciativa de ir à Comissão, tentando se antecipar a uma possível convocação de outros atores relevantes no assunto em pauta, como, por exemplo, membros da comunidade científica, especialmente aqueles que participaram dos consórcios que vinham desenvolvendo o sistema brasileiro de TV digital (SBTVD)? Na audiência pública, o deputado Fernando Ferro chegou a provocá-lo a esse respeito:

[...] um debate desta dimensão, desta responsabilidade e que terá consequência para o País deve ser realizado com a participação de pesquisadores e cientistas brasileiros, para que possamos ouvir também o contraditório e ter

²¹ _O levantamento completo está em Lima, Venício A. Mídia: crise política e poder no Brasil. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

²² Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações.

alternativas possíveis para realizá-lo [...].

Costa respondeu que, desde janeiro de 2004, estava “em permanente contato com os pesquisadores que foram chamados por cartas-convites feitas pelo ministério da Ciência e Tecnologia e pelo ministro das Comunicações. Em outras palavras, o ministro decidiu unilateralmente que o debate com os pesquisadores na Comissão seria desnecessário.

O presidente da CCTCI começou a reunião com agradecimentos ao ministro e explicações sobre os objetivos de sua visita. Em seguida, Costa fez uma exposição aos deputados sem interrupção, até que o presidente dirigiu-lhe uma pergunta sobre o Fust, à qual ele deu uma longa resposta. Por que essa interrupção justamente no momento em que o ministro acabava de fazer uma longa explanação sobre a TV digital? Haveria alguma estratégia combinada com o objetivo de esfriar o assunto ou até mesmo de reduzir o tempo que poderia ser dedicado à TV digital? Fato é que o ministro não dispunha de muito tempo para debater com os deputados, pois teria uma reunião com o presidente da República às 15h.

Além do presidente da Comissão, 13 deputados dirigiram a palavra ao ministro.

Hélio Costa e a regulamentação²³

Para a análise da exposição do ministro no que se refere à possibilidade de se instituir um novo marco regulatório para a radiodifusão no Brasil, em função da convergência tecnológica, será considerada a seguinte amostra de texto retirada das transcrições da audiência pública de 31/01/2006:

A rede de telefonia teve uma verdadeira revolução porque começamos com o telefone fixo, conforme eu

²³ A defesa do HDTV, a televisão de alta definição de imagem e alta qualidade de som, já foi apontada neste trabalho como uma importante estratégia dos radiodifusores para garantir seu espaço no espectro eletromagnético e, por consequência, dificultar a entrada de novos concorrentes no mercado televisivo. Outra vantagem decorrente dessa estratégia seria a possível apropriação por parte das empresas de televisão de qualquer espaço excedente obtido com futuros aperfeiçoamentos das técnicas de compressão de som e vídeo, o que daria a elas novas fontes de ganho, seja por aluguel ou por exploração própria. Uma regulamentação da mídia digital poderia, ao menos teoricamente, acabar com a idéia da concessão de 6 *megahertz*, que só se justifica em um sistema de transmissão analógica, a não ser que se imponha o modelo de HDTV como indispensável, e adotar outra lógica para o Estado conceder canais. Não cabe aqui discutir modelos de concessão, até porque as possibilidades são numerosas. A lei poderia também definir a destinação da sobra de espaço gerada no aperfeiçoamento tecnológico e reorientar o sistema nacional de comunicação, efetivando o art. 221 da Constituição, entre outras providências.

disse, e passamos para o telefone celular. Apenas quatro anos depois, para surpresa de todo mundo, o telefone celular, que era analógico, foi convertido em telefone celular digital. **Trata-se de um ponto absolutamente importante para fazermos a seguinte observação: no sistema de telecomunicações, fizemos essa transição de analógico para digital sem nenhuma discussão, sem, absolutamente, nenhuma colocação específica de nenhum setor da sociedade.** Começamos com o telefone analógico e, de repente, ele virou digital, ou seja, cada canal foi transformado não apenas num canal de voz, mas ele passou a transmitir também imagens, dados, ‘torpedos’; passou a ser um grande instrumento de comunicação. **Fizemos a conversão do telefone analógico para o telefone digital, e simplesmente a sociedade aceitou isso como grande inovação** (grifos acrescentados).

Dado o que está posto nos períodos grifados, existem alguns pressupostos que podem ser identificados de imediato. No primeiro período, um pressuposto possível é o de que a transição do sistema de telefonia celular analógica para digital deveria ser precedida de uma discussão com a sociedade. Em outras palavras, deveria ter ocorrido um debate político. Outro pressuposto é o de que se a transição da telefonia não foi discutida, seria normal ou aceitável que também não houvesse discussão em outros setores. No segundo período, o pressuposto é o de que a sociedade poderia não ter concordado com a conversão de analógico para digital ou com o modo como foi feita. Resta descobrir o que fica subentendido dessas afirmações do ministro e, para isso, é preciso analisar o contexto.

Costa ressalta as qualidades da televisão brasileira, ao mesmo tempo em que lamenta o fato de não ter se digitalizado ainda. Já no período seguinte, ele afirma: “A televisão continua pobre do outro lado, ainda hoje analógica. Mas ela é o maior instrumento de diversão do Brasil – não tenho dúvida”. Depois de rasgados elogios à televisão, ele pergunta: “Então, o que falta à nossa televisão, que ficou perdida no meio de todos esses sistemas de comunicação que

se digitalizaram?”. Ele mesmo responde: “Ela precisa dar à população de baixa renda, a todos os brasileiros, independentemente do nível social, os mesmos recursos e os mesmos benefícios que a classe ‘A’ tem com a TV a cabo”. Nas frases seguintes, ele diz como proceder para que tal objetivo seja alcançado: “Para isso, temos de fazer com que a televisão ofereça alta definição, ou seja, uma excelente e cristalina imagem. Deve ter um som absolutamente perfeito, como se fosse um DVD estéreo”.

Depois dessa apologia da imagem e do som de altíssima qualidade, o ministro revela sua expectativa:

Eventualmente, lá na frente, espero que ainda este ano possamos começar pelo menos a fazer a grande discussão da Lei de Comunicação de Massa. Mas, no ano que vem, ela já será absolutamente fundamental para a convergência tecnológica, para que possamos fazer com que todos esses instrumentos de comunicação se entendam, para que possamos abrir ao grande público todas as possibilidades da interatividade.

Pode-se deduzir, portanto, que em primeiro lugar está a digitalização das transmissões de TV e em segundo a regulamentação, que deveria transformar em lei as opções políticas da sociedade. Voltando aos pressupostos apresentados anteriormente, é possível subentender das palavras do Ministro que, embora ele admita que o debate da sociedade deva preceder a digitalização, paradoxalmente esta precisa acontecer em primeiro lugar.

Hélio Costa e o discurso sobre a concorrência

O ministro faz muitas referências elogiosas à televisão de alta definição, numa linguagem que muitas vezes confunde-se com a que é utilizada nas mensagens publicitárias. Em resposta a uma pergunta do deputado Walter Pinheiro, ele aponta

outros objetivos para a digitalização da televisão no Brasil, de-pois de afirmar que “a TV digital brasileira não está decidida em função da alta definição”. Diz o ministro:

Pelo contrário, estamos insistindo na proposta do decreto do presidente da República durante as discussões que ocorrem no Comitê Gestor e no Comitê Consultivo, no sentido de que o sistema que for adotado no Brasil contemple pelo menos quatro elementos: que ele tenha, sim, a TV de alta definição, mas que tenha a interatividade, a portabilidade e a mobilidade, os instrumentos que fazem a TV digital em qualquer lugar do mundo funcionar.

Coincidentemente a portabilidade e a mobilidade são também atributos que interessam aos concessionários de televisão. Quanto à interatividade, não se sabe, até porque ela pode se concretizar de diversas maneiras. Ainda respondendo ao deputado Walter Pinheiro, Costa afirma:

Eu entendo que é importante fazer TV de alta definição, porque no final, deputado, pode ter certeza, em 10 anos não vamos ter mais TV de baixa definição. Nós não vamos ter. É natural que as pessoas tenham atração pelo novo produto. Depois que você vê um aparelho com alta definição, com a qualidade que tem de imagem e de som, depois que você vê a imagem transmitida em um pequeno celular ou que você pode e tem a opção de lá na frente fazer a interatividade, como é que eu vou ficar com meu aparelho de 28 polegadas, como é que eu vou fazer com uma TV de quatrocentas e poucas linhas, que não me dá o resultado que eu tenho em uma TV de alta definição? Isso é perfeitamente natural.

²⁴ Na transcrição, *set top box* está grafado incorretamente como *set up box*.

Ao falar do uso da unidade receptora-decodificadora (URD), vulgarmente conhecida como *set top box*²⁴, o equipamento que converterá os sinais analógicos em digitais para os telespectadores que não disponham do televisor digital, ele adota sintaxe e léxico de programas de auditório, como se estivesse buscando a adesão da platéia e não fazendo uma explanação oficial para os representantes do povo:

Melhora a imagem? Melhora. Acabou o fantasma? Acabou. Você não precisa mais mexer na antena? Não. Mas você

não tem ainda todos os recursos da TV digital, porque, afinal de contas, enquanto você não tiver um televisor com maior número de linhas, você não terá aquela imagem absolutamente cristalina, aquele som absolutamente estéreo, porque isso será produzido de acordo com a tecnologia digital.

Nesse texto, faltou apenas inserir o nome de uma marca de televisor e fazer pequenos ajustes para se ter um anúncio publicitário ou a fala de um animador da televisão. O jogo inicial de perguntas e respostas, cuja estrutura lembra as brincadeiras dos palhaços de circo com crianças nas ruas de pequenas cidades durante caminhadas para divulgação de espetáculos, manipula os pressupostos de que os ouvintes desejam assistir televisão com imagem melhor e sem “fantasmas”, e ainda sem o trabalho de procurar uma melhor posição para a antena do seu televisor. Com a TV digital, tudo é isso se torna realidade, mas nada será comparável ao que é possível com a TV de alta definição, a que utiliza maior número de linhas para exibir as imagens.

Nas expressões “aquela imagem absolutamente cristalina” e “aquele som absolutamente estéreo”, o ministro evoca sensações de experiências passadas que estariam latentes nas memórias de seus ouvintes, procurando estabelecer uma identidade com eles para que se tornem seus cúmplices na defesa da HDTV. Ao mesmo tempo, busca naturalizar, como se fosse uma verdade universal, uma idéia sobre imagem e som de televisão: cristalina e estéreo, respectivamente. Tais expressões representam aquilo que Fairclough chamou de modalidade objetiva, que é comum na publicidade. Ele observa:

[...] no caso da modalidade objetiva, pode não ser claro qual ponto de vista é representado – por exemplo, o(a) falante está projetando seu próprio ponto de vista como universal, ou agindo como um veículo para o ponto de vista de um outro indivíduo ou grupo. O uso da modalidade objetiva freqüentemente implica alguma forma

de poder (Fairclough, 2001, p. 200).

Para tratar da questão do conteúdo, o ministro também faz a apologia da HDTV. Depois de uma explicação sobre a indústria de televisores, ele sentenciava:

Agora, o que vejo como grande possibilidade de futuro extraordinário é o que podemos vender de conteúdo. Se não produzirmos em alta definição, estaremos na contramão do resto do mundo.

Pressupõe-se, pela afirmação, que a discussão engloba a fase de digitalização da produção de conteúdos²⁵ e não apenas da sua transmissão, o que é falacioso. O próprio Ministro afirmara: “O que se propõe neste primeiro passo da TV digital no Brasil? A transmissão digital.” Ele fala em primeiro passo não no sentido de que outras fases do processo de digitalização virão a seguir, pois elas já se concretizaram:

Na situação presente, todas as redes brasileiras de televisão, todas as emissoras independentes bem posicionadas já estão digitalizadas, ou seja, já estão captando o seu material de informação ou de qualquer outro produto digitalmente. Sai do estúdio a informação digitalizada, mas ela ainda é transmitida analogicamente. Ou seja, sons e imagens são transmitidos por via analógica.

Entretanto, apesar desses esclarecimentos, o Ministro parece querer fixar a ideia de que a alta definição na fase de transmissão é condição necessária para se obter sucesso no mercado internacional de programas de televisão quando declara em outra parte de sua exposição:

O que estamos propondo como primeira fase? É o que está naquela lâmina que apresentei no começo da reunião. Já produzimos digitalmente, assim como o mundo inteiro, e se quisermos vender nosso produto – e já o fazemos em grande escala – temos de fazer televisão de alta definição nos padrões europeus, asiáticos e americanos. Temos de fazer televisão como todo mundo está fazendo.

É óbvio que para serem vendidos em alta

²⁵ “A produção envolve todas as atividades da geração de conteúdo. Ela envolve principalmente a gravação das cenas e a mesa de operação (cortes), se for transmissão ao vivo, ou armazenamento para posterior pós-produção [...]. Envolve também a transmissão de sinais entre o(s) estúdio(s) e a sala de controle e, no caso de reportagens externas, a interligação entre um veículo móvel e a respectiva base” (CPqD. Relatório Integrador dos Aspectos Técnicos e Mercadológicos da TV Digital, 2001, p. 88).

definição os programas deverão ser produzidos nessa condição, mas esse não é o objeto do processo de implantação da TV digital no Brasil, que se refere apenas à transmissão, como já foi dito. Além disso, conforme atesta o Relatório Integrador dos Aspectos Técnicos e Mercadológicos da Televisão Digital, produzido pelo CPqD em 2001, nada impede que um programa produzido em HDTV possa ser transmitido numa resolução mais baixa como na modalidade SDTV, cuja qualidade é superior à da televisão analógica. Nesse caso, as emissoras teriam a opção de produzir em HDTV para o mercado internacional e transmitir em uma resolução inferior para o mercado interno, caso a decisão do Governo fosse mudar a lógica de concessão das faixas do espectro eletro-magnético, numa adaptação à tecnologia digital, oferecendo um espaço menor do que os atuais 6 *megahertz* que os concessionários ocupam.

Hélio Costa e o debate sobre *broadcast*

Das três ameaças ou fantasmas que assombram a radiodifusão apontadas neste trabalho, o fim do *broadcast* é a que mais se relaciona com as tecnologias digitais. Na verdade, a existência dessas tecnologias é a própria razão de tal ameaça, pois permite que uma informação - ou um programa, no caso da televisão - possa ser recebida a qualquer momento e não apenas no instante em que é transmitida. Na Internet, por exemplo, isso já acontece. Ainda não se sabe com certeza se o modelo do *broadcast*, que requer sincronia entre emissor e receptor, sobreviverá sob os impactos das novas tecnologias, mas tudo indica que sua importância tende a decrescer.

Cabe examinar aqui uma amostra da exposição do Ministro, a qual serve para mostrar o quanto ele ainda está imbuído da lógica do *broadcast*, além

de reforçar a idéia da HDTV. Ao dirigir-se ao deputado Jorge Bittar para abordar a questão da interatividade, ele diz:

O que estamos propondo? Que na TV aberta, com o canal de 6 *megahertz*, no qual se faz a interatividade dentro do mesmo canal, ainda se deixe um espaço para que lateralmente, em outro canal à disposição das companhias de telecomunicações, ou seja, as telefônicas, se elas quiserem, e podem, e se o telespectador desejar, ele utilize também esse procedimento. Vou citar um exemplo. Estou vendo no meu celular o jogo do Brasil na Copa do Mundo, que será transmitido em São Paulo. Vou poder ver os jogos da Copa do Mundo no celular, em São Paulo. De repente, quero ver o gol de novo. Aí ligo para a companhia telefônica e digo: 'Repita o gol'. Ela repete para mim e me cobra o pulso e a chamada. Ele ganhou. Agora, eu recebi de graça. Se quiser repetir, se quiser ver de novo, pago por isso. Esse aí é um outro canal.

Em primeiro lugar, pressupõe-se que o programa deve ocupar, obrigatoriamente, a faixa de 6 *megahertz*, o que implica assumir como dada a HDTV. Curioso é que as afirmações do ministro se seguem à pergunta: "O que estamos propondo?". A autoria da proposta tanto poderia ser do Governo, e nesse caso, ele estaria se colocando no papel de ministro, quanto das empresas de televisão, situação em que seu papel seria o de representante dos radiodifusores. Em qual desses dois papéis estaria atuando Hélio Costa nesse momento? A julgar pelo contexto, subentende-se que a segunda hipótese é a mais plausível, dado que a proposta coincide com os interesses dos radiodifusores.

Em segundo lugar, ele fala como se o telespectador devesse, obrigatoriamente, assistir ao programa no momento em que estivesse acontecendo, a não ser que as companhias telefônicas estivessem dispostas a retransmiti-lo, podendo cobrar pelo serviço. Em outras palavras, o Ministro entende que as emissoras de televisão deverão continuar operando conforme a lógica do *broadcast*, sem considerar novas

formas de comunicação, como se pudessem passar incólumes pelos avanços da tecnologia.

Comentários finais

A análise demonstra que há uma sintomática coincidência entre as idéias do discurso do Ministro das Comunicações e aquelas que expressam interesses dos concessionários de televisão. É certo que Costa afirma explicitamente ser um defensor dos radiodifusores, mas o que isso pode significar? Seria a defesa dos radiodifusores equivalente à defesa da radiodifusão brasileira? Já que o assunto em pauta era a TV digital, o Ministro, ao expor sua posição, referia-se aos concessionários brasileiros de televisão, em seus interesses particulares, ou à própria televisão brasileira como meio de comunicação capaz de contribuir para o desenvolvimento cultural do País e tornar possível a manifestação de pensamento do maior número possível de setores da sociedade?

Ele próprio diz que tal defesa não se deve apenas ao fato de ser também do setor mas principalmente porque a “televisão ainda é o grande instrumento de diversão popular, praticamente gratuito”. O Ministro, de fato, integra o setor de radiodifusão, como sócio de uma emissora de rádio em Barbacena-MG. Quanto à segunda parte de sua justificativa para defender os radiodifusores, é preciso refletir: Se a televisão é “o grande instrumento de diversão popular”, o que isso quer dizer? E é verdade que esse “instrumento” é “praticamente gratuito”? A última afirmação poderia ser descartada de imediato, ao se considerar que a televisão brasileira é financiada majoritariamente com recursos de publicidade, os quais representam custos na contabilidade dos anunciantes que são repassados para os preços dos

Bibliografia:

ARAGÃO, Murilo de. A ação dos grupos de pressão nos processos constitucionais recentes no Brasil, *Revista de Sociologia Política*, UFPR, nº 6 & 7, 1996.

BOLAÑO, César. TV digital no Brasil e no mundo: estado da arte. In: *Revista de Economia Política da las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol VI, n. 2, maio – agosto 2004. In: <http://www.eptic.com.br>. Acesso em 09/11/2006.

BRANT, João. Dois argumentos chinfrins no debate. In: <http://www.intervozes.org.br>. Acesso em 10/12/2006.

CHARAUDEAU, Patrick & MAINGUENEAU. *Dicionário de Análise de Discurso*. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

COSTA, Caio Túlio. Modernidade líquida, comunicação concentrada. In: <http://www.dnabrasil.org.br>. Acesso em 05/10/2006, 15h33.

DUCROT, O. *O Dizer e o Dito*. Campinas, Pontes, 1988.

_____. *Princípios de Semântica Lingüística*. São Paulo: Cultrix, 1972. CPqD. Relatório Integrador dos Aspectos Técnicos e Mecadológicos da Tele-visão Digital. Versão 1.0, 2001.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

HERZ, Daniel. Quem são os donos da mídia no Brasil. In: EGYPTO, Luiz (org.). *O forró do cartel da mídia*. In: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>. Acesso em 05/10/06, 19h13.

LIMA, Venício A. de. *Mídia – Crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Fundação

produtos comprados no mercado pelos telespectadores. A segunda indagação relaciona-se diretamente com questões abordadas neste trabalho, como a concentração da mídia e o poder de influência da televisão sobre a formação da opinião pública. Como se verificou, a mídia brasileira é muito concentrada, estando a maior parte das emissoras de televisão em poder de algumas famílias.

Se procede o argumento de que “a televisão é ainda o grande instrumento de diversão popular”, conclui-se que algumas famílias são responsáveis pela formação da opinião pública brasileira. Esta é uma das questões centrais aqui abordadas, porque tal situação prejudica o debate público e transforma as instituições políticas em reféns dessas famílias ou do poder econômico que as mantém.

A entrada de novos concorrentes provocaria impactos não apenas comerciais, pela divisão do bolo da publicidade. Empresas como as Organizações Globo teriam sua hegemonia ameaçada com a fragmentação do mercado no campo da oferta de conteúdos televisivos e, em consequência, seu poder de influência política tenderia a diminuir. O problema para essas empresas seria tanto mais grave quanto menos concentrado o mercado televisivo se tornasse, o que dá a elas o direito de adotarem estratégias de auto-defesa. Entretanto, isso não significa que a concentração ou outros processos não desejáveis do ponto de vista social, político e econômico devam se institucionalizar, como alguns representantes do setor têm sugerido. Não se pode tratar as questões da mídia de uma perspectiva meramente empresarial ou mercadológica, seguindo estritamente a lógica capitalista. Por essa perspectiva, é possível que o mercado brasileiro de mídia não comporte a entrada de novos participantes no sentido de aumentar a competição, como

Perseu Abramo, 2006.
 LIMA, Venício A. de. *Mídia – Teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.
 LOPES, Cristiano Aguiar. Reflexões sobre a regulação da radiodifusão no Brasil – Em busca da Lei Geral de Comunicação Eletrônica de Massa. Brasília: Câmara dos Deputados, 2005.
 MESQUITA, Fernão Lara. A ameaça de “corporatização” da mídia. In: In: EGYPTO, Luiz (org.). *O forró do cartel da mídia*. In: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>. Acesso em 05/10/06, 19h13.
 MONTEZ; BECKER. TV digital interativa. Florianópolis: UFSC, 2005.
 MOTA, Regina. Os desafios da TV digital no Brasil. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (orgs.). *Mídias digitais*. São Paulo: Paulinas, 2005.
 ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 2005.
 RAMOS, Murilo César. Estado e Comunicação no Brasil. Conferência proferida na abertura. *XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2006*. Brasília: 2006.
 SARTORI, Giovanni. *Homo videns – Televisão e pós-pensamento*. Bauru, SP: Edusc, 2001.
 SIMÕES, Cassiano Ferreira; MATTOS, Fernando. Elementos histórico-regulatórios da televisão brasileira. In: BRITTO, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (orgs.). *Rede Globo – 40 anos de hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.
 INTERVOZES. TV digital: princípios e propostas para uma transição baseada no interesse público. In: <http://www.intervozes.org.br>.

querem os donos da radiodifusão, mas trata-se, evidentemente, de uma avaliação particularista. Nesse caso, o que está em jogo é o tamanho do lucro almejado pelas empresas e não a possibilidade de aumentar o pluralismo da mídia, de forma que o maior número possível de setores da sociedade tenha o direito de se expressar no debate democrático e a diversidade cultural do país possa se manifestar inteiramente.

A análise do discurso do ministro além de confirmar seu alinhamento com os interesses particulares dos concessionários de televisão, aponta sua identidade com as estratégias que eles adotam no processo de implantação da TV digital aberta no Brasil. Fica evidente que tal posicionamento é a favor dos radiodifusores, em seus interesses particulares, políticos ou econômicos, e não da radiodifusão brasileira como estrutura a serviço da cultura nacional ou do pluralismo político. É o que acontece, por exemplo, quando ele defende, enfática e repetidamente, a TV de alta definição ou HDTV. É também o que ocorre quando a regulamentação da radiodifusão é tomada por ele como um passo a ser dado depois da implantação da TV digital.

O Congresso Nacional, que poderia assumir o papel de protagonista nesse processo, parece impotente para tomar qualquer iniciativa contrária aos interesses dos donos da televisão, cujo poder sobre o Estado brasileiro continua aparentemente intocável. As razões para esse comportamento do parlamento podem ser as mais diversas, mas sem dúvida, aquelas que aqui apontamos estão entre as mais decisivas: a grande influência da televisão na formação da opinião pública, à qual os parlamentares são sensíveis, a pressão direta por meio do *lobby* e a propriedade de empresas de televisão entregue a um expressivo número de representantes do povo.