

TV DIGITAL



**Saiba por que
você precisa
participar
desse debate**

DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA

Digitalização é chance
histórica de acabar
com monopólio

INTERATIVIDADE

Canal de retorno pode
tornar TV instrumento
de inclusão digital

RÁDIO DIGITAL

Testes com padrão
americano são liberados
sem discussão pública

INDÚSTRIA NACIONAL

Tecnologia pode gerar
empregos ou aumentar
dependência externa

HÉLIO COSTA

Ministro defende
abertamente interesses
da Rede Globo

TV digital: um debate que precisa de audiência*

A TV está passando por uma grande transformação. Há grandes investimentos em pesquisas para promover a migração do padrão analógico para o digital. Isso implicará mudanças profundas neste que já se consolidou como o meio de comunicação mais influente da nossa sociedade.

Nas poucas reportagens em que aborda o tema, a mídia brasileira trata desta mudança de maneira limitada, como se ela representasse apenas uma melhoria da qualidade da imagem (a chamada alta definição). A mesma imprensa também procura reduzir o tema a uma escolha entre três padrões já existentes: o norte-americano (ATSC), o europeu (DVB) e o japonês (ISDB) – o que, na realidade, oculta o debate político em torno desta mudança.

A chegada da TV digital é muito mais do que a escolha de um dos padrões já implementados no mundo: é um debate que precisa ser acompanhado de perto pela sociedade brasileira, pois se as decisões tomadas num futuro próximo produzirão forte impacto no modo como assistimos à televisão e nas formas de sociabilidade mediadas pelas tecnologias, podem também alterar o cenário de concentração dos meios, contribuir para as políticas de inclusão digital e permitir uma apropriação do público sobre o privado (...).

Importar um padrão ou desenvolver o sistema nacional

O debate sobre o desenvolvimento da TV digital no Brasil tem sido reduzido a duas possibilidades extremas: ou se importa o sistema completo (padrão japonês, europeu ou norte-americano), ou se produz tudo localmente. Na verdade, as pesquisas em andamento no país revelam que o sistema brasileiro ideal deveria reunir elementos já “consagrados” em outros países e outros que precisam ser desenvolvidos nacionalmente (...).

As perguntas que devemos fazer são: quais são as vantagens de produzir nacionalmente elementos do sistema de TV digital a ser adotado no Brasil? Em primeiro lugar, a produção local tem o objetivo de fortalecer a pesquisa brasileira (estimulando nossas universidades e centros de pesquisa e gerando empregos qualificados), diminuir nossa dependência exter-

na de produtos de alta tecnologia e criar uma indústria nacional, iniciativas fundamentais para que o país não perpetue sua dependência tecnológica e industrial em relação aos países desenvolvidos.

Em segundo lugar, somente um modelo desenvolvido a partir das realidades do país pode responder ao desafio de ser um instrumento que impulse nosso desenvolvimento social, cultural, político e econômico. Basta dizer, neste caso, que uma TV digital brasileira pode ser um importante instrumento de inclusão digital, o que não é uma necessidade para um país como os Estados Unidos, cujo padrão prioriza a alta definição ao invés da interatividade. No Brasil, menos de 20% da população usa computador e Internet em casa, mas mais de 90% têm TV (...).

Interatividade a serviço da sociedade

As “maravilhas” da TV digital apresentadas pela imprensa são novidades vinculadas à criação de serviços comerciais, como venda interativa, jogos, consultas personalizadas (previsão do tempo, resultado de jogos), *pay-per-view*, etc. Ou seja, novidades que certamente incrementariam os lucros dos detentores das emissoras de televisão.

A TV digital, entretanto, pode cumprir um importante papel na afirmação da cidadania. Com o uso da interatividade, por exemplo, a TV pode disponibilizar nas casas dos brasileiros serviços interativos de educação (que respondem às demandas específicas de cada usuário), de governo eletrônico (declaração de imposto de renda, pagamento de taxas, extrato de fundo de garantia, boletim escolar dos filhos, etc.), uso de correio eletrônico (cada brasileiro com uma conta de e-mail) e, no limite, acesso a toda a Internet.

Outro grande impacto da TV digital que deve ser urgentemente discutido pela sociedade é a possibilidade de inserção de mais canais de TV, a chamada multiprogramação. No mesmo espaço onde hoje se transmite um único canal, a TV digital permite a recepção de quatro novas programações (desde que não seja adotada a alta definição). Se levarmos em conta que a TV digital irá ocupar (ao final do período de transição) o

As decisões tomadas num futuro próximo produzirão forte impacto no modo como assistimos à televisão.

espaço que vai do canal 7 do VHF ao 69 do UHF, veremos que se torna perfeitamente possível a ampliação dos emissores de programação e, assim, a ampliação significativa dos produtores de conteúdo televisivo. Assim, além dos operadores privados e estatais, também sindicatos, associações, ONGs, movimentos sociais e emissoras geridas coletivamente poderiam ter seus canais (...).

Hélio Costa: representante dos interesses privados

O governo FHC previa a escolha entre os três sistemas existentes. No governo Lula, o debate avançou para a possibilidade de se criar um Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD). Ainda em 2003, foi criado um fórum governamental (Grupo Gestor) para definir as políticas da TV digital, assessorado por um Comitê Consultivo com representantes da sociedade civil. Em paralelo, o governo divulgou 22 editais de pesquisa para que consórcios formados por universidades, centros de pesquisa e empresas pudessem desenvolver as peças que, juntas, formariam o SBTVD.

Apesar destes avanços que apontavam para o desenvolvimento de tecnologia nacional para um SBTVD, o atual ministro das Comunicações, Hélio Costa (PMDB-MG), ignorou todo este acúmulo e anunciou que o desenvolvimento de uma pesquisa nacional era secundário diante da necessidade de se começar logo as transmissões digitais, praticamente descartando quaisquer mudanças no cenário atual (...).

Segundo tem declarado publicamente, o ministro defende que os parceiros fundamentais nas decisões sobre o SBTVD são as redes de televisão e, por isso, é delas que devem partir as diretrizes para a digitalização da televisão brasileira. Ou seja, ao invés de defender os interesses do país, Hélio Costa atua como um típico representante de interesses particulares (...).

É importante lembrar que, ao todo, foram previstos R\$ 80 milhões para o desenvolvimento do SBTVD. Destes, somente R\$ 38 milhões foram liberados. Mesmo com poucos recursos, os pesquisadores já demonstraram que a inteligência nacional é perfeitamente capaz de construir um sistema bastante complexo e satisfatório

do ponto de vista técnico. Por isso, não é possível tolerar argumentos vindos do próprio governo que defendem que o país não possui condições de desenvolver o SBTVD.

Sociedade civil pela democracia nas comunicações

Diante da postura do titular da pasta das Comunicações, que coloca em xeque o desenvolvimento do Sistema Brasileiro de TV Digital, é preciso reafirmar com convicção que somente um sistema desenvolvido nacionalmente será capaz de dar respostas satisfatórias às necessidades do país. Mais do que desenvolver um sistema, porém, é fundamental que as decisões sobre a TV digital – que são políticas, não técnicas – sejam fruto de um amplo debate público, não exclusivo do Executivo federal e dos empresários do setor (...).

Por isso – e por acreditar que a TV digital é uma grande chance para que o país caminhe rumo à democratização das comunicações, além de uma oportunidade de elevar para um patamar político o debate sobre o direito humano à comunicação no Brasil – convocamos toda a sociedade a se engajar na luta para que o país faça uma opção por um sistema de televisão digital nacional, que atenda aos reais interesses da Nação.

- ◆ **ABCCOM** – Associação Brasileira de Canais Comunitários
- ◆ **ABONG** – Associação Brasileira de ONGs
- ◆ **ABTU** – Associação Brasileira de TVs Universitárias
- ◆ Campanha Quem Financia a Baixaria é Contra a Cidadania
- ◆ **CBC** – Congresso Brasileiro de Cinema
- ◆ **Cris Brasil** – Articulação Nacional pelo Direito à Comunicação
- ◆ **FNDC** – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação
- ◆ **FORCINE** – Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual

★ Trechos da Carta Aberta, assinada pelas entidades listadas acima (que representam mais de 450 organizações) enviada em outubro ao Congresso Nacional e à Presidência da República. Os demais textos desta publicação não refletem necessariamente a posição dessas entidades.

INFORMATIVO TV DIGITAL é uma publicação especial do **INTERVOZES - Coletivo Brasil de Comunicação Social** (www.intervozes.org.br). **Equipe de redação:** Bia Barbosa, Carolina Ribeiro, Diogo Moyses, Gustavo Gindre, Jonas Valente, Márcio Kameoka, Michelle Prazeres, Tatiana Lotierzo. **Edição de Arte:** Beto Borges (www.betoborges.net).



Diogo Moyses

É preciso afirmar com convicção que só um sistema desenvolvido nacionalmente será capaz de dar respostas satisfatórias às necessidades do país.



Chance histórica para democratizar a mídia

TV digital dá chance ao país de decidir entre aumentar radicalmente o número de programações – democratizando o principal meio de comunicação do país – e adotar a “alta definição”, que manterá as emissoras de televisão sob o controle de uma minoria.

“A digitalização é, de fato, uma possibilidade do espectro ser ampliado para outras vozes”, afirma Murilo César Ramos, da Universidade de Brasília.

Uma das principais opções que devem ser feitas pelo governo brasileiro nas definições acerca do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) é em relação à ampliação, ou não, do número de canais a serem disponibilizados na televisão aberta. Dependendo do que acontecer até fevereiro, a TV digital pode alterar radicalmente o atual cenário de concentração dos meios de comunicação. Se o Brasil optar pelo padrão conhecido como HDTV (*High Definition Television*), ou “alta definição”, a TV passará a contar com uma imagem melhor, mas a mídia brasileira continuará a ser exatamente como hoje, com poucas emissoras exercendo a sua liberdade de expressão, enquanto a maioria das pessoas é excluída do processo de produção de informação.

Se o país seguir outro caminho – o mesmo escolhido pela maioria dos europeus – e optar pelo que se convencionou chamar de “multicanal”, no mesmo espaço onde hoje se transmite um único sinal será possível a recepção de até quatro novas programações. Por conseqüência, a ampliação dos produtores de conteúdo televisivo pode ser enorme. Além das emissoras privadas e estatais, que hoje controlam tudo o que se assiste no principal veículo de informação e entretenimento da maioria da população, também sindicatos, associações, movimentos sociais e emissoras públicas poderão ter seus canais. Em um cenário em que o Estado garanta o direito à comunicação, podem ainda receber financiamento para a produção.

“A digitalização é, de fato, uma possibilidade do espectro ser ampliado para outras vozes. Hoje temos quatro, cinco redes abertas com cobertura nacional. Poderíamos ter muito mais, com diferentes perfis de programação”, explica o professor Murilo César Ramos, da Universidade da Brasília. “Equivocadamente, o debate sobre a TV digital foi durante muito tempo tratado como exclusivamente técnico. Mas trata-se de uma questão política”, aponta.

Na opinião do secretário-executivo do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Celso Schröder, a mudança do patamar tecnológico é uma chance histórica para se reverter a concentração dos meios favorecida pela nossa legislação. “Agora há uma chance de democratizarmos o rádio e a TV porque a tecnologia potencializa o acesso. E a entrada de outros *players* em ação rompe de alguma maneira com o cartel que existe hoje”, afirma Schröder, um dos representantes da sociedade civil no Comitê Consultivo da TV digital criado pelo governo.

Grandes emissoras X interesse público

Os empresários da radiodifusão, por outro lado, se recusam a discutir a possibilidade de outros sujeitos ocuparem novos canais em um espaço que historicamente foi monopolizado por eles. Para defender essa opção, destacam a qualidade de imagem da alta definição, apesar de esconderem que a maioria da população não terá acesso à tecnologia. Se a opção do governo brasileiro for pela alta definição, esta imagem só será desfrutada pelo usuário que possuir um televisor de alta resolução, ou seja, a parcela mais rica da população. Os próprios equipamentos de produção de TV ficarão cerca de quatro vezes mais caros, o que inviabilizará as TV públicas, comunitárias e universitárias de transmitirem com a qualidade das grandes emissoras. Por outro lado, é importante dizer que a opção pelo aumento do número de canais não fará com que a televisão estacione tecnicamente. A simples digitalização dará mais nitidez à imagem, eliminando possíveis chuveiros, “fantasmas” e borrões de cor.

Ao defender a alta definição na transmissão digital, as grandes emissoras pretendem impedir o surgimento de novas programações – portanto, de novos “concorrentes”, comerciais ou não – e assim reproduzir com a TV digital a concentração dos meios de comunicação. “Se não imprimirmos um caráter público e uma legislação democrática para a televisão no Brasil, a concentra-

ção será ainda maior. Os mesmos ‘colocarão as mãos na nova TV”, diz o representante do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação.

Na opinião de Gilmar Mauro, membro da Coordenação Nacional do MST, democratizar a comunicação permitiria revelar a verdadeira identidade cultural do país. “Há uma riqueza do povo brasileiro que não se reflete nos grandes meios de comunicação. Hoje a indústria cultural utiliza esses veículos para a manutenção da ideologia dominante”, afirma. Além disso, ao se manter o acesso como exclusividade da elite nacional, a mídia se transforma num veículo de perpetuação dos preconceitos. “Os negros, assim como outros segmentos da sociedade, não estão representados na televisão, especialmente no que concerne à produção de conteúdo. Isso fere princípios básicos dos direitos humanos previstos na Constituição, como o respeito à diversidade cultural e a tolerância étnica e religiosa”, acredita Regina dos Santos, presidente da Sociedade Cultural Dombali.

O aumento do número de canais na TV digital pode, portanto, reconfigurar o cenário da mídia no Brasil, voltado exclusivamente para os interesses comerciais e para o mercado de bens e serviços, ao qual mais da metade da população sequer tem acesso. A outorga de novos canais a organizações da sociedade civil e a gestão coletiva dos meios de comunicação – modelos frequentes nos países da Europa – podem assim constituir uma forma concreta de efetivação do direito à comunicação, condição fundamental para a plena realização da democracia. Mas para isso acontecer o governo precisa ter disposição para enfrentar grandes interesses.

Operador de rede fortalece pequenas emissoras

Outra possibilidade trazida pela TV digital é a separação entre os provedores de programação e os operadores de rede de transporte, responsáveis pela transmissão e recepção do sinal. No atual modelo brasileiro, as duas funções são desempenhadas pelas mesmas empresas. No modelo digital, a transmissão pode ser explorada independentemente da produção do conteúdo. Isso colaboraria para a digitalização das emissoras pequenas, que poderiam produzir conteúdo digital e transmiti-lo em uma rede alheia, se livrando dos altos custos de transmissão.

“Um dos três cenários possíveis do SBTVD era exatamente este, de desagregação de redes. Você cria um operador, que pode ser uma empresa pública, e quem fornece a programação contrata os canais desse provedor. Mas as grandes empresas ficaram indignadas quando isso foi proposto, porque querem manter o poder centralizado de prover e produzir conteúdo”, conta Murilo César Ramos.

Ao defender a alta definição na transmissão digital, as grandes emissoras pretendem impedir o surgimento de novas programações e, assim, manter a concentração dos meios.

De quem é, afinal, a concessão?

Enquanto emissoras defendem o “direito adquirido” de utilizar os 6MHz atualmente necessários para a transmissão, jurista afirma que argumento dos radiodifusores não é legalmente sustentável.

No Brasil, assim como em praticamente todo o mundo, as emissoras de rádio e TV são concessões públicas, ou seja, são uma autorização do Estado que, em nome do povo brasileiro, diz quem pode e quem não pode explorar os serviços de radiodifusão. Durante muito tempo, as concessões foram dadas pelo governo federal sem que houvesse qualquer tipo de controle, o que acabou por tornar as outorgas uma forte moeda de troca política. Isso significa que as concessões eram distribuídas aos amigos e simpatizantes do governo. Após a Constituição de 1988, além do Executivo, a outorga passou a precisar também da aprovação do Congresso, o que teoricamente garantiria um controle maior sobre as novas concessões.

No debate sobre TV digital, a questão da concessão ganha novos contornos, já que um canal que ocupa uma faixa de 6MHz no espectro eletromagnético pode passar a transmitir até quatro programações diferentes. Para manter o controle da mídia, as emissoras alegam que a outorga a elas concedidas é a do canal físico e não a de uma programação. Com isso, pretendem manter inalterado o quadro da mídia, com poucas emissoras ocupando todo o espectro.

A tese dos radiodifusores encontra abrigo no Ministério das Comunicações. O próprio ministro tem

reiteradamente defendido que uma das coisas fundamentais no processo de digitalização é “não mexer nas concessões”.

O argumento das emissoras, no entanto, é contestado não só pelas organizações que defendem a democratização dos meios de comunicação, mas também por juristas. Márcio Aranha, professor de Direito da Universidade de Brasília (UnB), especializado em telecomunicações, afirma que o Estado tem a obrigação de dar a melhor utilização possível ao espectro eletromagnético. “A outorga é aquela necessária para a prestação do serviço para o qual se propôs, no caso o da transmissão de uma programação. A emissora não pode utilizar o argumento de que ela deve continuar com aquela faixa pelo simples fato de já possuí-la. Esse argumento não é juridicamente sustentável”, afirma.

No caso em questão, Aranha aponta que, se o Estado detectar que aqueles 6MHz, por uma evolução tecnológica, serão suficientes para abrigar mais conteúdos, ou mais emissoras, a orientação deve ser a de dar a melhor utilidade possível para o espectro. “É uma ordem normativa, não é uma opção do administrador nem do governante. É uma regra vigente, que é a de que o Estado deve dar a melhor utilização possível para um bem público”, conclui.

Marguette



As concessões são públicas e, portanto, pertencem ao povo brasileiro, não às empresas.

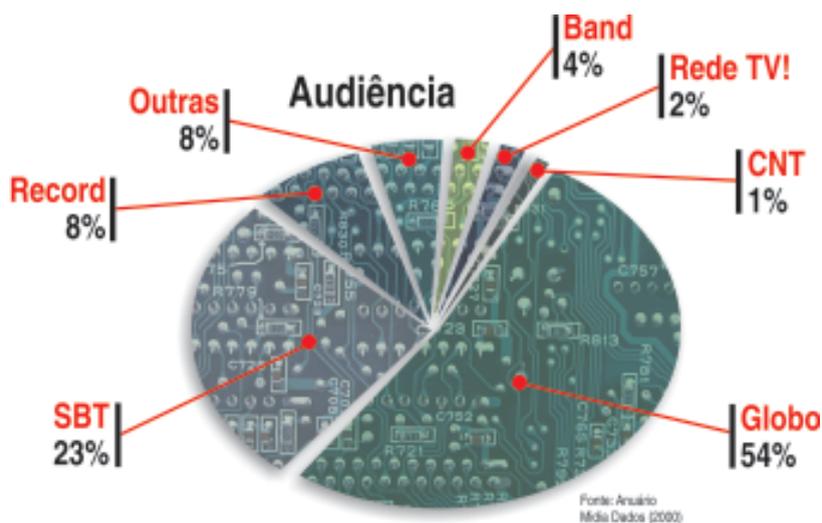


“O Estado deve dar a melhor utilização possível para o espectro, que é um bem público”, afirma jurista.

Os Donos da Mídia

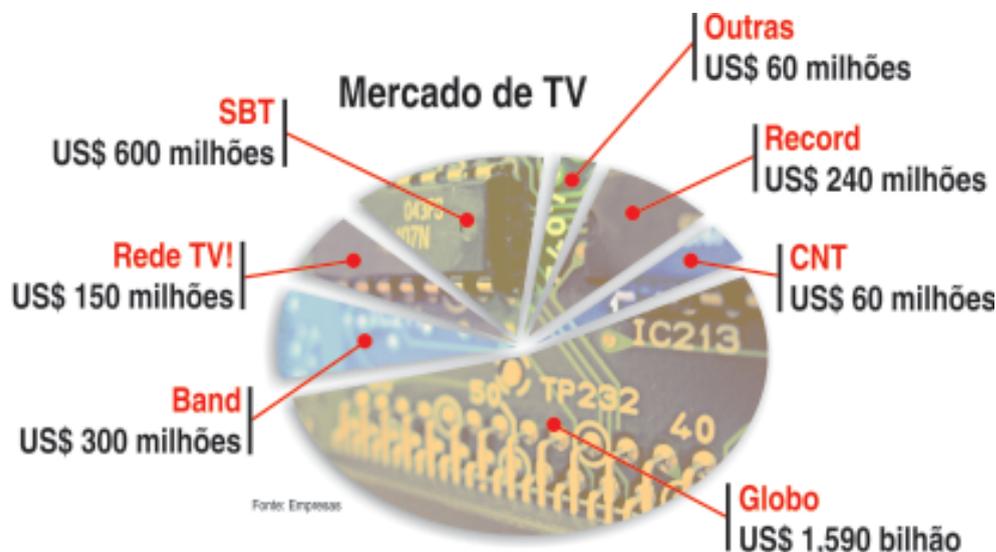
Bases do poder econômico e político das redes privadas de televisão no Brasil.

Dominando o mercado de TV de US\$ 3 bilhões, seis redes privadas nacionais, através de 138 grupos afiliados, controlam 668 veículos (TVs, rádios e jornais), instrumentos de poder regional e nacional.



3,5 horas É a média diária de tempo que o brasileiro passa vendo TV.

81% Da população assiste à TV todos os dias.



A TV e o rádio são as maiores e únicas fontes de informação para a maioria dos brasileiros.

- ◆ A TV está presente em 87,7% dos domicílios
- ◆ 88% dos brasileiros ouvem rádio todos os dias
- ◆ 39% não lêem revistas ou só têm acesso a elas menos de uma vez por trimestre
- ◆ 48% não lêem jornal ou só têm acesso ao veículo menos de uma vez por semana

Fonte: Epcom – Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (2002)

Alternativas técnicas para uma escolha política

As “maravilhas” da TV digital apresentadas pela imprensa são novidades vinculadas à criação de serviços comerciais, mas a nova tecnologia pode cumprir um importante papel na afirmação da cidadania.

Uma das características da TV digital é a possibilidade do acréscimo de dados à produção audiovisual da TV analógica. Com isso, devem ocorrer tanto mudanças qualitativas (novos serviços) quanto quantitativas (melhor definição no som e na imagem) no conteúdo disponibilizado aos telespectadores.

Segundo os pesquisadores Nelson Pretto e Simone Lucena, da Universidade Federal da Bahia, a TV digital não pode manter a característica de um meio de massa onde vigora o fluxo unilateral de transmissão de conteúdos, devendo explorar a comunicação “multidirecional” que gera possibilidades de construção coletiva do conhecimento. Para que este potencial seja explorado, os pesquisadores do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD), Marcus Manhães e Pei Jen Shieh defendem como elemento fundamental o canal de interatividade (ou “de retorno”), que permitiria “a cada usuário, individualmente, encaminhar e receber informações e solicitações”.

Interatividade

As pesquisas já possibilitam pensar diversos níveis de interatividade. No mais básico, o telespectador poderia escolher, por exemplo, diferentes câmeras em um jogo de futebol ou definir a programação de forma personalizada, como se fosse uma lista de músicas criada em um computador. Um salto importante para um nível intermediário é a existência de um canal de retorno, o que possibilita que o telespectador envie informações (para a emissora, por exemplo). Neste segundo nível, pode-se pensar em serviços como votações, e-mail, governo eletrônico, transações bancárias e comércio. Em um nível mais elevado de interatividade, os espectadores, sozinhos ou organizados em comunidades, não só responder pontualmente como produzem conteúdo e conseguem enviá-lo tanto à emissora quanto diretamente à outra pessoa.

No Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), a utilização destes serviços, e seu papel na inclusão digital dos cidadãos, é citada logo nos dois primeiros objetivos do Decreto Presidencial 4901: “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; e II - propiciar a criação de rede universal de educação à distância”.

O canal de retorno

Hoje se cogita uma série de tecnologias para o canal de retorno. Por conta da variedade de situações encontradas no Brasil, crescem as vozes em defesa de um sistema adequado às diferentes realidades. Segundo Ricardo Benetton, do CPqD, o canal de interação deve ser heterogêneo, com cada lugar ou usuário podendo escolher a tecnologia que mais se adapte às suas necessidades. Ele cita como possibilidades de canal de retorno o telefone (fixo ou celular) para grandes centros urbanos, o satélite para locais afastados e a própria radiodifusão para cidades menores, onde há espaço no espectro para ser utilizado.

Adaptar as possibilidades que melhor respondem às demandas brasileiras é o principal desafio para pesquisadores, políticos, radiodifusores e militantes do tema.



De acordo com o engenheiro Takashi Tome, também do CPqD, estão sendo estudadas duas possibilidades para o problema do canal de retorno. A primeira seria usar radiofrequência, o que implicaria a compra de um novo aparelho, mas solucionaria o problema de contas mensais altas caso fosse usado o telefone. A segunda possibilidade é desenvolver serviços sem o canal de retorno, onde o indivíduo apenas recebe as informações e pode realizar uma série reduzida de escolhas, como passeios em museus virtuais e conteúdos interativos na área de saúde.

Um outro aspecto que preocupa os pesquisadores é o custo do uso deste canal de retorno e do aparelho que permitirá a interatividade (*set top box*). Para Thiago Novaes, do Ministério da Cultura, o baixo custo é fundamental, mas é preciso ter cuidado para que isso não acabe justificando o discurso dos grupos aos quais não interessa o uso de serviços interativos que democratizem a TV.

A especificidade brasileira

Adaptar todas estas possibilidades à realidade brasileira é o principal desafio para pesquisadores, políticos, radiodifusores e ativistas do tema. Quais delas podem ser adotadas no SBTVD e respondem às demandas do Brasil, com viabilidade técnica, econômica, cultural e social?

Nesta polêmica, de um lado estão as empresas de mídia, apoiadas pelo atual Ministério das Comunicações, que defendem prioridade para a produção em alta definição, considerando a interatividade algo interessante apenas se conseguir incorporar serviços lucrativos como o comércio eletrônico. De outro lado, vários pesquisadores e entidades da sociedade civil que defendem que a TV digital é a oportunidade de uma revolução democrática deste meio e não deve ser usada com fins estritamente comerciais.

Conteúdo interativo

Outro desafio diz respeito a pensar os conteúdos para a interatividade e fugir da concepção de que a TV digital será apenas televisão com melhor imagem e som. “A televisão interativa é aquela que permite com que o espectador possa não só dar uma resposta, mas exercer algumas atribuições que antes não lhe eram permitidas. A novidade é a possibilidade de interagir, mas a qualidade da interação é que fará a diferença”, argumenta Nelson Hoineff, do Instituto de Estudos da Televisão (IETV). Para a pesquisadora



Morguethe

Cosette Castro, da Unisinos, este novo modelo digital deve motivar uma participação ativa dos sujeitos, e não uma posição passiva que os caracteriza apenas como consumidores. “Cidadãos de diferentes classes sociais podem descobrir na TV digital e na interatividade um espaço de construção cidadã, inclusive propondo conteúdos”, sugere.

Os educadores Nelson Pretto e Simone Lucena endossam a proposta, afirmando que a TV digital pode ser um elemento fundamental na educação das pessoas, a partir da sua transformação num processo dialógico de construção de conhecimento.

“Cidadãos de diferentes classes sociais podem descobrir na TV digital e na interatividade um espaço de construção cidadã, inclusive propondo conteúdos”, diz Nelson Hoineff.

Nova tecnologia pode desenvolver indústria nacional

Sistema Brasileiro de TV Digital deve ter forte impacto na economia do país. Geração de empregos, diminuição do déficit da balança comercial e independência tecnológica são as principais questões em jogo.

Se a TV digital vai, com certeza, alterar alguma coisa no Brasil, essa coisa será o aparelho de TV. Quaisquer que sejam as escolhas feitas em termos de tecnologia ou soluções, o televisor que todos temos em casa não servirá para assistir aos canais digitais. Na melhor das hipóteses, teremos a opção de comprar uma caixinha, ou terminal de acesso, apelidada de *set top box*, que será ligada à TV para captar os sinais digitais (como funcionam hoje as “caixinhas” usadas pelas operadoras de TV por assinatura). Em médio prazo, esse decodificador já virá embutido nos novos televisores.

Portanto, muita coisa vai mudar para os fabricantes de televisão e, por conseqüência, para a indústria brasileira de eletrônicos como um todo. Se essa mudança será para melhor ou para pior, isso depende das definições acerca da TV digital.

Pontos de vista conflitantes

O desenvolvimento da indústria nacional não tem a simpatia das empresas estrangeiras, que já fabricam aparelhos nos sistemas digitais em uso em outros países e, muito provavelmente, não teriam que desenvolver novas tecnologias se o país adotasse um padrão estrangeiro. Vale lembrar que as duas entidades nacionais de empresas do setor, Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica; e Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos presentes no Comitê Consultivo do SBTVD (Sistema Brasileiro de TV Digital) são compostas majoritariamente por empresas estrangeiras.

Transnacionais como LG, Philips ou Sony têm fábricas na Zona Franca de Manaus, mas importam massivamente componentes de outros países, além de pagar *royalties* para as suas matrizes pelo uso da tecnologia importada.

Implantar a TV digital no Brasil requer uma política industrial que auxilie o país a se preparar para fabricar televisores, *set top boxes*, etc, na escala necessária para

um dos maiores mercados de televisores do mundo e com um custo acessível à maioria pobre da população.

Mas, principalmente, é uma valiosa oportunidade para que o Brasil desenvolva tecnologia própria, ou pelo menos estabeleça acordos de transferência de tecnologia com outros parceiros para estimular o desenvolvimento nacional. Também não se pode desprezar o fato de que uma política industrial que privilegie o desenvolvimento do país contribui para a geração de empregos no segmento de eletrônicos.

Janela de oportunidades

O governo Lula definiu quatro eixos centrais para a sua política industrial, levando em consideração os principais setores das economias mais desenvolvidas. Dois destes eixos podem ser fortalecidos pela implantação da TV digital no Brasil.

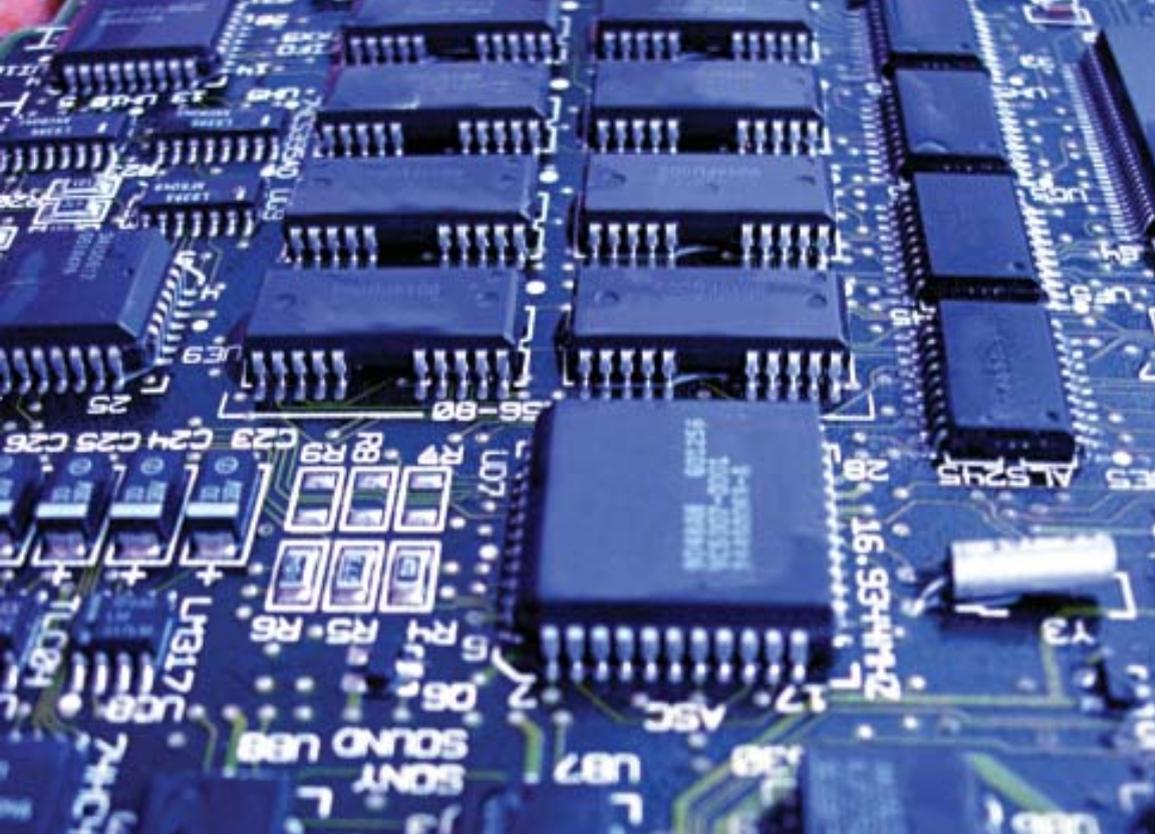
Os *set top boxes* farão largo uso de microprocessadores (os chips) e o Brasil já possui conhecimento e pessoal qualificado para fazer o desenho destes componentes.

Por outro lado, tanto os *set top boxes* quanto as emissoras terão que utilizar novos e sofisticados softwares, especialmente para os recursos interativos. Hoje, o Brasil já é um exportador de softwares.

Balança comercial desfavorável

Curiosamente, o ministro das Comunicações, Hélio Costa, parece ter esquecido a política industrial proposta pelo seu próprio governo e declarou à imprensa que já negociou, junto ao Ministério da Fazenda, um período de isenção fiscal de seis a oito meses para que as emissoras adquiram equipamentos de TV digital. Tal isenção não chegará ao consumidor final, pois não incluirá aparelhos de TV e os *set top boxes*, e deve beneficiar única e exclusivamente as grandes emissoras de TV, já que as pequenas e médias emissoras não possuem recursos para ad-

O desenvolvimento da indústria nacional não tem a simpatia das empresas estrangeiras, que já fabricam aparelhos nos sistemas digitais em uso em outros países.



Em termos de equipamentos eletrônicos, a balança comercial brasileira apresenta um déficit de cerca de US\$ 8 bilhões por ano.

Foto: Borges

quirir estes equipamentos imediatamente, mesmo com a isenção fiscal.

É importante lembrar que não se trata apenas de importar equipamentos, mas também de adquirir programas adequados para o controle e formatação da programação. Toda a tecnologia hoje existente é proprietária e, caso o Brasil comece a utilizá-la, terá de pagar *royalties* por isso.

Frente a tudo isso, pareceria lógico que o Brasil ao menos buscasse acordos de transferência de tecnologia que fossem vantajosos para o país. Essa tecnologia poderia ser, inclusive, definida em conjunto com os demais países da América Latina, sobre os quais uma decisão brasileira certamente terá um peso enorme.

Hoje, em termos de equipamentos eletrônicos, a balança comercial brasileira apresenta um déficit de cerca de US\$ 8 bilhões por ano. O desenvolvimento ou a transferência de tecnologia para o Brasil permitiria reverter esse quadro, equilibrando-o ou mesmo tornando o país um exportador de equipamentos para a TV digital. Segundo Marcelo Zuffo, do Laboratório de Sistemas Integrados da USP, responsável no SBTVD pelo desenvolvimento do *set top box*, a TV digital traz uma grande chance para o país impulsionar sua indústria. “Se fizermos uma escolha apressada e errada, todos vão perder. Vamos cometer um retrocesso, inclusive na questão industrial”, diz.

A adoção apressada de uma tecnologia importada, portanto, pode abortar o desenvolvimento de soluções nacionais e de alta qualidade. Os consórcios de pesquisa contratados pelo SBTVD, inclusive, já têm realizado demonstrações e testes de tecnologia, com grande sucesso – tecnologias brasileiras, inclusive, que vêm sendo estudadas em outros países, que podem adotá-las.

Incentivo à produção de conteúdo

A produção de conteúdo para a TV é, também, uma indústria. No caso brasileiro, ouve-se nos quatro cantos elogios à “nossa” indústria cultural, cujos filmes são indicados a prêmios, novelas são exportadas e as músicas fazem sucesso no exterior. Tal reconhecimento, entretanto, não bastou para que a cultura brasileira fosse contemplada no planejamento do SBTVD. A produção de programas audiovisuais - e a indústria cultural como um todo - é vista como estratégica em muitos países. Basta ver a importância que os EUA atribuem à sua produção cultural.

A indústria cultural brasileira é muito concentrada, especialmente nas mãos das grandes empresas de comunicação do eixo Rio-São Paulo. Vários projetos de lei que propõem a regionalização da produção para TV tramitam no Congresso Nacional há anos, mas têm poucas esperanças de avançar.

Luiz Alberto César, da Associação Brasileira de Produtores Independentes de TV (ABPI-TV), lembra que as empresas independentes exportaram cerca de US\$ 9 milhões em conteúdo em 2004, com documentários, novelas, animações, para 16 países diferentes. “Mas é um conteúdo que não chega à TV aberta brasileira, que não tem obrigações nem de regionalizar a produção, nem de dar espaços a produtores independentes” diz.

Rádio Digital: testes do padrão americano são liberados sem debate público

Ao contrário da TV digital, governo brasileiro nem sequer cogitou desenvolver um sistema de rádio digital, autorizando testes em sistema que não permite a entrada de novos atores no espectro radiofônico.

O processo de digitalização não se aplica apenas à televisão. O rádio, que durante muito tempo dominou a “comunicação de massa”, também está passando por um processo de mudança tecnológica. Tal como na televisão, ele pode sofrer, ou não, uma transformação radical, tanto em suas aplicações como na ampliação do número de emissoras.

Uma das características do rádio digital é a melhoria da qualidade do som. Com a digitalização, abre-se ainda a possibilidade de transmissão de diferentes dados pelo rádio – textos, gráficos, mapas da cidade ou imagens associadas a uma música – e de economia expressiva de energia elétrica, já que a transmissão digital requer uma potência bem menor para atingir a mesma área de cobertura.

A polêmica do rádio digital, no entanto, é praticamente a mesma da televisão: a digitalização impulsiona- rá sua democratização e garantirá sua função pública com o aumento do número de programações ou ampliará o poder dos atuais detentores das concessões?

Mais espaço no “dial”

Um dos grandes argumentos da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações), por exemplo, para não disponibilizar mais canais para as rádios comunitárias nas grandes cidades é justamente a de que falta espaço no “dial”. Se os atuais detentores das concessões de rádio (que são públicas assim como as de TV) se apropriarem dos novos espaços que podem surgir com a implantação do padrão digital, o país manterá inalterado o quadro de concentração deste meio de comunicação.

Além de não permitir o ingresso de novos atores historicamente excluídos, a perpetuação do monopólio dificulta inclusive o surgimento de emissoras públicas. Hoje o espectro de rádio é hegemônico pelas emissoras comerciais. São poucos os canais públicos, comu-

nitários e educativos. Ou seja, enquanto poucos exploram os sinais de rádio – e ganham dinheiro com isso – a maioria da população permanece excluída do espaço radiofônico.

Censura à cultura nacional

O problema se torna ainda mais complexo quando analisada a programação das emissoras FM (principalmente nos grandes centros urbanos), onde as gravadoras estrangeiras compram espaço nos veículos de radiodifusão para a inserção dos artistas cujos direitos

“Fomos pegos de surpresa por essa decisão totalmente arbitrária. Queremos que este debate seja feito com a sociedade”, afirma a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária.



de exploração das obras foram a ela cedidos. Tal prática, criminosa, impede que o público tenha acesso à maior parcela do se produz musicalmente no país. Mais do que um meio imoral e ilegal de promover as vendas, o uso cotidiano de jabás nas emissoras comerciais é uma forma intolerável de censura à cultura nacional. Na prática, os empresários ocupam um espaço público, ganham dinheiro com isso, censuram a cultura nacional e, muitas vezes, violam os direitos humanos, incentivando a violência, o racismo, o machismo, a homofobia e outras formas de preconceito. Agora, querem ocupar também o “novo” espaço criado com a otimização do espectro radiofônico, ampliando seu número de programações e aumentando o poder de geração de lucro das emissoras com o oferecimento de “serviços” pelos quais pretendem cobrar.

Mas a nova tecnologia digital, com a possibilidade do aumento do número de programações, pode apontar para um horizonte onde movimentos sociais, associações comunitárias, organizações não-governamentais e grupos historicamente excluídos do processo de produção de informação – mulheres, indígenas, negros e a população pobre em geral – terão a possibilidade de obter outorgas para a exploração, sem fins lucrativos, dos serviços de rádio. Além disso, é possível dedicar

parte das novas programações e serviços para fins públicos específicos, como a promoção da cultura, da saúde e da educação.

O padrão norte-americano

Ao contrário do que aconteceu com o processo de debate sobre a TV digital, o país nem sequer cogitou a possibilidade de desenvolver um padrão brasileiro para o rádio digital ou estudar os diversos padrões já existentes. Em setembro, emissoras de todo o país receberam sinal verde da Anatel e do ministro Hélio Costa para iniciar os testes de transmissões digitais. Emissoras grandes como a RBS, Eldorado, Bandeirantes e as do Sistema Globo de Rádio foram as primeiras autorizadas a experimentar a tecnologia IBOC (*In-Band-On-Channel*), o padrão norte-americano de rádio digital. “Fomos pegos de surpresa por essa decisão totalmente arbitrária. Queremos que este debate seja feito com a sociedade para vermos a melhor forma de proceder com esta mudança”, afirma Clementino Lopes, da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço).

Inversamente aos demais sistemas em funcionamento no mundo, o IBOC foi concebido para possibilitar a transmissão simultânea dos sinais digitais dentro da mesma banda atualmente alocada para o sinal analógico da emissora. Isto significa que o sinal digital é transmitido no canal adjacente. Ao ocupar os canais adjacentes e aumentar a largura do canal ocupado por uma estação, o IBOC reduz, desde o princípio, a disponibilidade de espectro para novos atores.

Numa etapa posterior, quando o sinal analógico seria desativado, a transmissão totalmente digital ocuparia todo o canal. A frequência que “sobraria” com a desativação do sistema analógico não seria “devolvida” ao Estado para uso em novas concessões.

Além disso, o fato do padrão ter sido desenvolvido por uma empresa norte-americana, a *iBiquity*, fará com que o país tenha que transferir milhões de dólares para o exterior sob a forma de *royalties*. Neste caso, vale uma comparação apropriada: se mantida a linha desejada por Hélio Costa, a *iBiquity* se tornará para o rádio digital o mesmo que a Microsoft é para o *software*: um rio por onde deságua parte da riqueza nacional.

Nem nos Estados Unidos o padrão IBOC da *iBiquity* foi uma escolha imediata. O processo de decisão levou cerca de 15 anos e ainda hoje há dúvidas quanto à sua qualidade. Para fazer a opção, foram realizadas diversas consultas populares. Ao contrário do Brasil, os Estados Unidos desenvolveram um padrão próprio, voltado para as características particulares do país.

A nova tecnologia poderia apontar para um horizonte onde os grupos historicamente excluídos teriam a possibilidade de participar do processo de produção de informação.



Beto Borges

Hélio Costa: o homem dos empresários de rádio e TV

Ministro das Comunicações do governo Lula age explicitamente como representante de interesses particulares, privilegiando debates com as emissoras e menosprezando o acúmulo da sociedade civil no debate sobre o Sistema Brasileiro de TV Digital.

O ministro parece ignorar o que está estabelecido no Decreto 4.901, de 26 de novembro de 2003, que cria o Sistema Brasileiro de TV Digital.

Assim que assumiu a pasta do Ministério das Comunicações, em julho deste ano, Hélio Costa fez diversas declarações que revelaram sua grande habilidade em atropelar discussões e projetos em desenvolvimento. A primeira delas, dias após o início de sua gestão, foi anunciar que o país não investiria em tecnologia para o desenvolvimento de um Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD). Ignorou os R\$ 80 milhões já previstos no orçamento do governo para grupos de pesquisa e assim praticamente descartou a possibilidade do Brasil ter um sistema próprio.

A declaração deu início a uma avalanche de reações na sociedade. A primeira veio dos atores envolvidos mais diretamente no desenvolvimento do sistema. Num encontro realizado em Campinas, no dia 19 de julho, dezenas de pesquisadores entregaram a Hélio Costa uma carta que esclareceu ao ministro o anda-

mento das pesquisas e alertou para a importância de garantir os investimentos previstos até dezembro.

Costurando justificativas para convencer a opinião pública que suas declarações não eram o que pareciam ser, o ministro deu o passo seguinte. Colocou no centro das decisões aqueles que, historicamente, sempre defendeu: as emissoras de TV. Reuniões privadas com os diretores das principais empresas de TV foram realizadas, desqualificando o Comitê Consultivo do SBTVD, órgão oficial de debates da sociedade civil, onde as emissoras também possuem assento. Depois disso, autorizou a formação de um grupo de trabalho que reúne apenas alguns dos consórcios de pesquisas do SBTVD e representantes das emissoras.

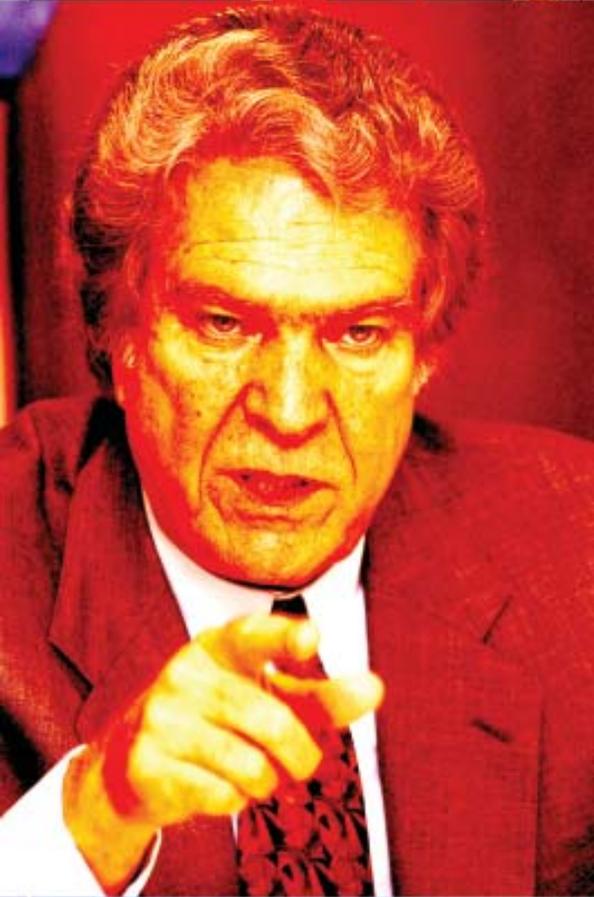
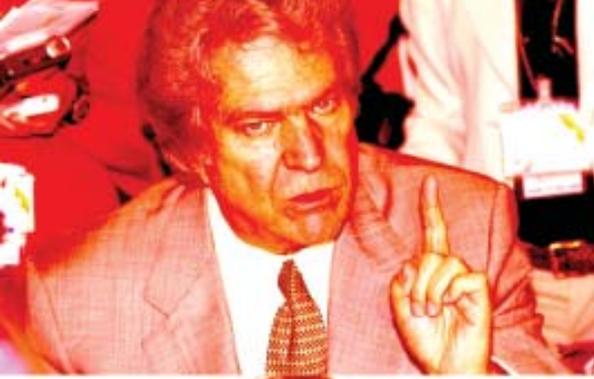
O ministro também pareceu ignorar o que está estabelecido no Decreto 4.901, de 26 de novembro de 2003, que cria o Sistema Brasileiro de TV Digital. De acordo com o documento, os principais objetivos do sistema são usar a transição do analógico para o digital para gerar inclusão digital, criar uma rede universal de ensino à distância, democratizar as comunicações e desenvolver a indústria nacional. Esse último aspecto foi especialmente prejudicado com a declaração pública de Costa de que já teria negociado com o Ministério da Fazenda a concessão de um período de isenção total de impostos para a importação de equipamentos digitais para as emissoras de TV – beneficiando as indústrias já instaladas em outros países e dificultando a produção nacional de equipamentos.

As frases do ministro

- * “Há a necessidade de preservar os direitos já adquiridos e não mexer nas frequências e nos canais já estabelecidos”
- * “Alguém virou para as TVs e perguntou: ‘esse negócio é bom para você? Ou esse negócio vai te dar um baita prejuízo no ano que vem? Sua empresa está preparada para investir milhões?’ Ninguém perguntou. Este foi o objetivo da minha conversa.”
- * “A Globo vai ter que sentar com a Bandeirantes e o SBT. É uma decisão mais empresarial do que política.”
- * “Quem é que vai colocar a TV digital no ar? São as empresas. São elas que vão realmente fazer o trabalho. Se elas não quiserem, não vai haver TV digital.”
- * “Não tinha (consenso) até aqui. Passa a ter porque quando eu assumi aqui, eu já fiz duas reuniões com os dirigentes das empresas de televisão, já fiz ver a eles que é importantíssima a participação deles.”

A reação da sociedade civil

Numa resistência quase invisível, alguns atores da sociedade civil tentam barrar o rolo compressor acionado pelo Ministério das Comunicações. Seus representantes no Comitê Consultivo teceram fortes críticas ao contínuo descaso do Ministério com o órgão no proces-



Fotos: Agência Brasil

so de elaboração do modelo brasileiro de TV digital. “Há uma clara ligação do ministro com os interesses dos grandes grupos da radiodifusão. Ele chega ao governo, boicota e inibe o Comitê Consultivo e cria outros espaços de interlocução que apontam para um cenário de concentração ainda maior”, diz Celso Schröder, secretário-executivo do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), que tem assento no Comitê. Segundo Schröder, houve uma transferência do debate para espaços privados e informais. Documentos importantes e estudos já realizados, encaminhados pela Câmara de Conteúdo do Comitê, não voltaram mais aos debates.

Numa outra frente de protestos, oito entidades que representam mais de 450 organizações civis enviaram uma carta ao Ministério das Comunicações, ao Congresso e ao Presidente da República exigindo transparência, participação nas discussões, valorização do desenvolvimento de tecnologia nacional e utilização da televisão digital como instrumento da inclusão social e do interesse público.

No documento (veja trechos nas páginas 2 e 3), as entidades afirmam ser “fundamental que as decisões sobre a TV digital – que são políticas, não técnicas – sejam fruto de um amplo debate público, não exclusivo do Executivo federal e dos empresários do setor”. Defendem ainda a valorização de espaços como o Comitê Consultivo e a criação de novos mecanismos de participação da sociedade em relação à digitalização da televisão brasileira. Elas acreditam que a “TV digital é uma grande chance para que o país caminhe rumo à democratização das comunicações, além de uma oportunidade de elevar para um patamar político o debate sobre o direito humano à comunicação no Brasil”.

Os membros da sociedade civil no Comitê Consultivo tecem fortes críticas ao contínuo descaso do Ministério.

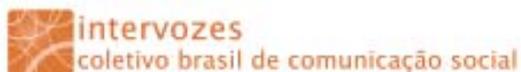
Os laços com o quarto poder

Hélio Costa foi repórter da TV Globo e apoiador de primeira hora do governo Collor. É dono de emissoras de rádio comerciais - o que por si só já se configura em impedimento ético para o cargo de Ministro de Estado, que tem como função fiscalizar a radiodifusão. Foi um dos principais representantes do *lobby* da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) no Congresso Nacional. Entre outras questões, defendeu os interesses das emissoras no debate sobre a Emenda Constitucional que permitiu a entrada de 30% de capital estrangeiro na radiodifusão e no “enterro” da Ancinav (Agência Nacional de Cinema e Audiovisual). Ele mesmo defendeu, em sessões da Comissão de Educação do Senado, a concessão de empréstimos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para quitar dívidas de grandes conglomerados de mídia, em especial das Organizações Globo (a mais endividada).

A **televisão** vai passar por uma grande transformação. Até fevereiro de 2006, o governo brasileiro deve definir o padrão de **TV digital** que será implementado no país. A partir daí, muita coisa pode mudar.

**Participe
desse debate.**

Realização:



Apoio:



© 2005 - Intervozes

É autorizada livremente a circulação do conteúdo desta publicação em qualquer meio de comunicação, eletrônico ou impresso, desde que citada a fonte. O arquivo completo para reprodução está disponível em www.intervozes.org.br