

MAURICIO DONATO

ESTRATÉGIAS DE POSICIONAMENTO E DISPUTAS NA
IMPLANTAÇÃO DA TV DIGITAL NO BRASIL

FACULDADE CÁSPER LÍBERO

São Paulo – SP

2007

MAURICIO DONATO

ESTRATÉGIAS DE POSICIONAMENTO E DISPUTAS NA
IMPLANTAÇÃO DA TV DIGITAL NO BRASIL

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação na Contemporaneidade.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Amadeu da Silveira

São Paulo – SP

2007

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Roberto Bazanini

Prof. Dr. Laurindo Leal Filho

Prof. Dr. Sérgio Amadeu da Silveira

“Qualquer invenção técnica pode ser considerada como uma extensão ou prolongamento de alguma faculdade”.

(McLuhan)

AGRADECIMENTOS

Após uma longa jornada, agradeço:

A Deus, por ter me abençoado com disciplina, perseverança e fé.

Aos meus pais, Francisca e Arlindo, pelo carinho e exemplos positivos ao longo do meu percurso de vida.

À minha noiva e companheira Carla pela ajuda e compreensão.

Ao Prof. Dr. Sérgio Amadeu, pela orientação sábia, mostrando sempre novas fronteiras.

Ao Prof. Dr. Roberto Bazanini que além de compor minha banca, trazendo contribuições ímpares, é sempre um amigo leal.

Ao Prof. Dr. Laurindo Leal Filho, que trouxe contribuições singulares à minha pesquisa.

A todos que contribuíram para a elaboração desta dissertação, concedendo entrevistas, compartilhando material de pesquisa e informações de alta relevância ao tema.

A todos os familiares e amigos que de certa forma contribuíram e torceram para o êxito desse trabalho.

RESUMO

Essa pesquisa busca caracterizar o posicionamento adotado pelos agentes fomentadores em relação ao novo padrão de TV digital a ser implantado com base em quatro elementos: evolução da digitalização da TV; Decreto 5820/06; convergência das mídias; multi-programação e, em decorrência, caracterizar o posicionamento estratégico adotado pelos agentes em relação ao novo padrão de televisão. Por intermédio de pesquisa exploratória de natureza qualitativa serão analisados os discursos propostos na perspectiva da metodologia da Análise Retórica. Em virtude do dinamismo dos debates, na defesa de seus respectivos interesses, os atores foram modificando suas posições iniciais em resposta a uma nova situação retórica que a cada nova fase apresentava decorrente da correlação de forças presentes no ambiente. Os resultados da pesquisa apontam para a adoção do padrão japonês (em perfeita consonância com os interesses dos Radiodifusores e do Governo Federal) em detrimento dos interesses da sociedade civil (buscavam a democratização) e da Indústria de Telecom (favorável ao modelo europeu). As indústrias de Eletro-eletrônicos acentuaram a necessidade da interatividade, embora para esses, tanto a multi-programação, bem como a mono-programação, são aceitáveis uma vez que não provoca interferências no seu modelo de negócio. Por isso, o discurso dessa Indústria primou por um posicionamento efetivo em relação a adoção de uma tecnológica nativa que mesmo não sendo inteiramente viável fosse constituída com componentes nacionais. A academia, que defendia o padrão brasileiro, buscou identificar-se com a posição do Governo Federal, visto que são dependentes das verbas de pesquisa. Em síntese, o interesse comercial prevaleceu em detrimento da diversidade cultural.

Palavras-chave

Comunicação Digital, TV digital, TV brasileira, Análise Retórica.

ABSTRACT

The research intends to characterize the positioning adopted for the “Responsible Actors” in relation to the new standard of digital TV, that will be implanted based on four elements: digital TV evolution, Decree 5820; media’s convergence; multiprogramming and consequently to characterize the positioning adopted for the responsables in relation to the new television standard . According with qualitative researches, the considered speeches will be analyzed in the perspective of the Rhetorical Analysis methodology. In function of speeches dynamism, in defense of its interests, the actors had it first position changed, replying a new rhetorical situation, which in each stage shows decurrent of forces relation in the environment. The results of the research shows to the adoption of Japanese standard, according with the interests of the Broadcasters and Federal Government to the detriment of “Grupo Intervezes”, which in the position of civil society representative was looking for the information democratization and Telecom Industry, which one was looking for the European standard. The Electro-electronic industry shows the necessity of interactive, even so for them the multi-programming or mono-programming are good, since it’s independent of it own business standard. This is the reason of the Industry wishes an effective position, in relation to adoption of native technology, that it were completely viable, it were made with national components. The Academy, that was defending the brazilian standard, had it position according with the Federal Government, since it is depending of researches donation. In summary, the commercial interests, it prevailed, in detriment of cultural diversity.

Key-words

Digital Communication, Digital TV, Brazilian TV, Rethorical Analysis.

SUMÁRIO

Introdução	14
Cap. 1 – O Processo de Transição do Analógico ao Digital	17
1.1 Surgimento da TV no Brasil.....	17
1.2 Impacto Sobre Audiência.....	19
1.3 Implantação da TV digital.....	22
2. Aspectos Técnicos.....	26
2.1 A Televisão Analógica.....	26
2.2 O Sistema PALPlus.....	27
2.3 A Televisão Digital.....	27
2.3.1 Portabilidade.....	28
2.3.2 Mobilidade.....	29
2.3.3 Multi-Programação.....	29
2.3.4 Modalidades na TV Digital.....	30
2.3.5 Simulcast – Convivência de Formatos.....	31
2.3.6 Padrões de Transmissões de Sinal Digital.....	31
2.3.6.1 O Norte - Americano (ATSC).....	32
2.3.6.2 O Europeu (DVB).....	32
2.3.6.3 O Japonês (ISDB).....	33
2.3.7 Interatividade.....	34
2.3.7.1 Interatividade Local.....	34
2.3.7.2 Interatividade Plena.....	35
2.3.8 Operador de Rede.....	35
3. Aspectos Sociais.....	36
Cap. 2. Um Método de Análise do Processo.....	40
2.1 Justificativa do Método da Análise Retórica.....	42
2.2 Características Básicas da Análise Retórica.....	43
2.3 Abordagem Situacional.....	46
2.4 Os Seis Passos do Método.....	49
2.5 Estratégia e Retórica.....	51

Cap. 3 Posições e Contraposições na Implantação da TV Digital.....	55
3.1 Escolha e Transcrição do Conteúdo.....	57
3.2 Questões Propostas para os Agentes Fomentadores.....	57
3.2.1 Evolução da Digitalização da TV Digital.....	57
3.2.2 Posição em Relação a Promulgação do Decreto 5820/06.....	83
3.2.3 Concepção em Relação à Convergência das Mídias.....	93
3.2.4 Pertinência da Multi-Programação	112
3.3 Posicionamento e Discurso dos Agentes.....	127
 Cap. 4 A análise do Discurso dos Agentes.....	150
4.1 Posicionamento na Perspectiva da Retórica Aristotélica.....	151
4.2 Posicionamento com Base na Análise Retórica.....	154
4.3 Interpretação e Julgamento do Discurso.....	167
 Considerações Finais.....	170
 Referências Bibliográficas	173
 Periódicos.....	183
 Anexos	186

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

3G – Celular de Terceira Geração

8VSB – Banda Lateral Vestigial - 8 Bits

ABERT - Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão

ACAP - Advanced Common Application Platform

ADSL - Linha de assinante digital assimétrica

ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações

ARIB - Association of Radio Industries and Businesses

ATSC - Advanced Television Systems Committee

BST-OFDM - Band Segmented Transmission – Orthogonal Frequency Division

BBC - British Broadcast Corporation

BROADCASTING - Radiodifusores

BSkyB - British Sky Broadcasting

COFDM - Codificação por Multiplexação de Frequências Ortogonais

COM-TV - Comissão Assessora de Assuntos de Televisão

CPqD - Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações

DATACASTING - Envio Unidirecional de Dados

DVB - Digital Video Broadcasting

DVB-H - Digital Video Broadcasting to a Handheld

DVB-T - Digital Video Broadcasting Terrestrial

DVD - Digital Video Disc

EDTV -Enhanced Definition Television

EPG - Guia Eletrônico de Programação

EUA - Estados Unidos da América

FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos

FUNTEL - Fundo Nacional para o Desenvolvimento das Telecomunicações

GSM - Global Standard Mobile

H.264 – Taxa de Compressão em MPEG-4

HD - High Definition

HD - Hard Disk

HDTV- High Definition Television

IPTV - Televisão por Internet

ISDB - Integrated System Digital Broadcasting

ISDB - T - Integrated Services Digital Broadcasting - Terrestrial

ITU - International Telecommunication Union

MHP - Multimedia Home Platform

MIDDLEWARE - Sistema de softwares de comunicação e interatividade

MINICOM - Ministério das Comunicações

MPEG-2 - Moving Picture Experts Group 2

MPEG-4 - Moving Picture Experts Group 4

MULTIPLEX - Recebe vários sinais (SD), (HD), (ONE SEG) e transmite em um único fluxo.

NAB - National Association of Broadcasters

NTSC - National Systems Committee

PAL - Phase Alternate Line

PALPlus - Phase Alternate Line com Aspect Ratio 16:9

PIB - Produto Interno Bruto

PUC - Pontifícia Universidade Católica

PROCON - Procuradoria de Proteção e Defesa do Consumidor

PROJAC - Projeto Jacarepaguá, da Rede Globo

PTCE - Política e Tecnológica de Comércio Exterior

SBT - Sistema Brasileiro de Televisão

SBTVD –T - Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre

SD - Standard Definition

SDTV - Standard Definition Television

SECAM - Sequentiel Couleurs a Memoire

SET - Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão

SET TOP BOX – Caixa Sintonizadora

SFN - Signal Frequency Network

SIMULCAT - Transmissão da programação de duas ou mais mídias ou canais separados ao mesmo tempo.

T.I. - Tecnologia da Informação

TELECOM - Indústria de Telecomunicações

TV - Televisão

USB - Universal Serial Bus

USP - Universidade de São Paulo

UHF - Ultra High Frequency

URD - Unidade Remota de Decodificação

VHF - Very High Frequency

WI-FI - Wireless Fidelity

WIMAX - Interoperabilidade Sem Fio por Meio de Acesso por Microondas

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Principais Redes de Televisão Comerciais Abertas do Brasil.....	20
Quadro 2. Sistemas de TV Digital.....	23
Quadro 3. Os Seis Agentes Fomentadores.....	23
Quadro 4. Discursos dos Atores da TV Digital no Brasil.....	24
Quadro 5. Características da TV digital no Brasil.....	28
Quadro 6. Os Seis Passos da Análise Retórica.....	51
Quadro 7. Evolução da digitalização da TV.....	128
Quadro 8. Decreto 5820/06.....	133
Quadro 9. Convergência das Mídias.....	135
Quadro 10. Multi-programação.....	139
Quadro 11. Síntese dos Interesses dos Agentes.....	143
Quadro 12. Estratégia de Posicionamento na Perspectiva da Análise Retórica (1ª Fase).....	154
Quadro 13. Estratégia de Posicionamento na Perspectiva da Análise Retórica (2ª Fase).....	160
Quadro 14. Estratégia de Posicionamento na Perspectiva da Análise Retórica (3ª Fase).....	164

INTRODUÇÃO

Em virtude das repercussões que a implantação do modelo de TV digital certamente irá provocar na sociedade e por ser um tema de vital importância — ainda pouco discutido pela academia, visto que existem poucos trabalhos relacionados aos efeitos que ocorrerão em relação ao sistema SBTVD–T (Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre). O principal objetivo do trabalho será investigar os interesses dos principais agentes envolvidos no processo de implantação da TV digital no Brasil e, concomitantemente, analisar e discutir os interesses de cada um desses agentes fomentadores como participativos da decisão técnica/política da escolha do padrão de TV digital.

Essa pesquisa busca relacionar a correspondência entre os interesses dos agentes fomentadores e o modelo de TV digital a ser implantado com base em quatro elementos: evolução da digitalização da TV; Decreto 5820/06; convergência das mídias; multi-programação. Em decorrência, a pesquisa quer caracterizar o posicionamento adotado pelos agentes em relação ao novo padrão de televisão. Com esse intuito, os agentes fomentadores estão divididos em seis setores: governo — representado pelo comitê de desenvolvimento do SBTVD (Sistema Brasileiro de Televisão Digital), presidido pelo Ministério das Comunicações, CPqD e ANATEL —, academia, radiodifusores, indústria eletro-eletrônica, indústria de telecomunicações e sociedade civil — representada pelo coletivo intervozes.

Dos poucos trabalhos que abordam o tema, pode-se destacar a tese de Fernando Cronomo (2004): *TV Digital e Produção Interativa: A Comunidade Recebe e Manda Notícias*. Nela o autor propõe um processo para que seja possível o exercício pleno da interatividade, uma das principais qualidades da prometida TV digital brasileira. Outra tese, do pesquisador Renato Cruz (2006): *Fora da Caixa: O processo de decisão sobre o sistema de TV digital no Brasil*, leva em conta as questões políticas, tecnológicas e econômicas da escolha do padrão digital da TV brasileira. O livro *TV Digital Interativa: Conceitos, Desafios e Perspectivas para o Brasil*, de Carlos Montez & Valdecir Becker (2005), aborda, basicamente, as diferenças entre a TV analógica e a TV digital. Entretanto, nenhum desses trabalhos investiga as estratégias de posicionamento dos principais atores envolvidos na decisão da escolha do novo padrão da televisão brasileira.

O período compreendido entre março de 1994 e março de 2007 foi dividido em três fases:

A primeira fase corresponde ao período de 1994 a 2003, no qual foram realizados os

testes dos padrões de modulação dos sistemas europeu (DVB), norte-americano (ATSC) e japonês (ISDB).

A segunda fase compreende o período de 2003 a 2006, com ênfase no Decreto 4901/03¹ que define 11 objetivos para o Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), quase todos de natureza social ou cultural: inclusão digital, promoção da cultura brasileira, expansão da educação à distância, fomento ao desenvolvimento industrial e tecnológico nacional são alguns desses objetivos. Também encontramos entre os objetivos o fortalecimento das emissoras atuais e o estímulo à entrada de novos produtores e difusores. O decreto determinou ainda que recursos do Fundo Nacional para o Desenvolvimento das Telecomunicações (Funtel) fossem aplicados em pesquisas para o desenvolvimento de um sistema brasileiro de TV digital. Durante dois anos, 20 consórcios universitários, com recursos de aproximadamente R\$ 60 milhões, desenvolveram quase todos os módulos necessários à montagem de um sistema, inclusive as camadas de modulação, compressão de sinal e *middleware*.

A terceira fase, de 2006 a 2007, abordou com especial relevância as discussões que culminaram na outorga do Decreto 5820/06², definindo algumas regras, tais como: o governo pretende conceder um canal adicional, em UHF, a cada atual emissora de TV. Ao final de dez anos a emissora devolverá ao Estado o seu atual canal VHF analógico, retendo o digital. Por isso, o decreto indica que essa concessão provisória será em “consignação”.

Para estimular o espectador a migrar para o sistema digital, as fábricas brasileiras, como ocorre em muitos outros países, estão se preparando para colocar no mercado um pequeno equipamento de recepção e decodificação (URD) — também chamado “caixa de colocar em cima”, ou *set-top Box* —, através do qual o sinal digital será reconvertido em analógico e poderá ser lido e transmitido pelos atuais monitores de TV. Visualmente, trata-se de uma “caixinha” semelhante aquelas que acompanham as TVs por assinatura.

Na elaboração desse trabalho, inicialmente, procedeu-se uma revisão da bibliografia sobre o tema, com ênfase no estudo do emprego das estratégias retóricas, na Metodologia da Análise Retórica (especificamente no modelo dos seis passos propostos pela pesquisadora Tereza Lúcia Halliday). Posteriormente, por intermédio de pesquisa exploratória de natureza qualitativa, com emprego de instrumento de coleta de dados (aplicado por meio de entrevistas com os principais agentes fomentadores), buscou-se análise de conteúdo. Desse modo, o intuito da pesquisa, junto aos agentes fomentadores, estava em confirmar ou não a hipótese

¹Ver anexo 1.

² Ver anexo 2.

proposta inicialmente: de que os interesses dos diferentes grupos na implantação da TV digital que possibilitou a escolha do padrão japonês acarreta pequena diversidade na programação e menores possibilidades de democratização das comunicações — podendo-se, assim, analisar e discutir um dos temas mais atuais e significativos do universo da comunicação contemporânea.

CAPÍTULO 1

O PROCESSO DE TRANSIÇÃO DO ANALÓGICO AO DIGITAL

1.1 SURGIMENTO DA TV NO BRASIL

A TV no Brasil foi inaugurada no dia 18 de setembro de 1950, implantada graças ao pioneirismo de Assis Chateaubriand. A TV Tupi foi nossa primeira emissora, usando uma antena instalada no alto do edifício do banco do Estado de São Paulo, transmitindo um sinal por ondas eletromagnéticas para recepção nos lares. Em 1972 surge a TV em cores, entretanto, a evolução foi sentida sobretudo na recepção, a base permaneceu a mesma. Curiosamente, qualquer TV produzida em 1950, desde que ainda em bom estado, poderia funcionar perfeitamente nos dias atuais.

“Essa foi a era dos pioneiros, onde se destacou a “rede”³ dos Diários Associados, criada por Assis Chateaubriand. Nessa época, o papel da televisão como um veículo de comunicação de massa tinha uma abrangência restrita, devido ao pequeno número de emissoras e ao elevado preço dos aparelhos...”⁴ (CPqD 2002 p. 12).

A partir da década de 60, até o final da década de 70, a televisão passou por uma série de transformações significativas, características de uma segunda etapa na evolução do setor.

“Inicialmente surge a Rede Globo, com uma filosofia empresarial diferente, com uma forte preocupação quanto à qualidade de seus sinais. A seguir, no final da década de 60, é definido o padrão brasileiro para a TV em cores (PAL-M), o qual entraria em operação comercial regular a partir de 1972. Finalmente, com a criação de uma empresa estatal que cuidaria de telecomunicações de longa distância, em particular, a transmissão via satélite, e alinhada com a preocupação governamental de promover a integração nacional, as emissoras de televisão começam a se organizar, formando redes de abrangência nacional. Com isso, a década de 70 caracterizou-se por um aumento contínuo no número de estações e de televisores nos domicílios brasileiros, e pela consolidação da Rede Globo como

³ “Rede”, aqui, entendida apenas como um conjunto de emissoras.

⁴ “A televisão... tinha uma estrutura pouco compatível com a lógica comercial. Até 1957, existiam (apenas) dez canais, concentrados principalmente no eixo Rio – São Paulo. O baixo poder aquisitivo da população dificultava a venda dos poucos aparelhos, que até 1959 eram importados.

a principal cadeia televisiva, com o estabelecimento do chamado ‘padrão Globo de qualidade’” (CPqD 2002 p. 12).

Um terceiro momento da história da televisão foi marcado, na década de 80, pelas transferências e inclusões de novas redes de televisão no Brasil.

“Os Diários Associados, que vinham vivendo dificuldades financeiras, sofrem um colapso e suas concessões (bem como as da ex - TV Excelsior) são transferidas para outras entidades. Com isso, surgem duas redes, o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT, inicialmente denominado TVS) e a TV Manchete. Acrescentando-se a isso o crescimento que a rede da TV Bandeirantes vinha experimentando na década anterior, contabilizam-se quatro grandes redes de televisão comercial naquela época (Globo, SBT, Manchete e Bandeirantes). Essas redes não apenas competiam entre si pela audiência com conteúdo diferenciado, mas procuravam aprimorar a qualidade técnica de seus sinais (sobretudo nos grandes centros), visando a equiparação com a emissora líder. No final da década de 80, a TV Record, que havia tido participação expressiva na década de 60, muda de mãos e volta a crescer, emergindo como uma quinta rede de porte expressivo⁵...” (CPqD 2002 p. 12).

A década de 90 caracterizou-se por uma consolidação das redes de televisão brasileira através de investimentos maciços na área tecnológica.

“As duas maiores redes (Globo e SBT) constroem, cada qual, complexos para a produção de programas: trata-se do Projac (Projeto Jacarepaguá, da Rede Globo), e o Complexo Anhanguera, do SBT⁶. Na outra mão, a Rede Manchete passa por dificuldades financeiras e acaba por ser vendida à RedeTV!, mas essa transferência de propriedade não introduz alterações estruturais no mercado, como ocorrera nas décadas anteriores...” (CPqD 2002 p. 13).

Com o advento da globalização resultante do acelerado desenvolvimento tecnológico, um dos expoentes máximos em qualidade de imagem, que em breve estará disponível no mercado, é a televisão de alta definição (HDTV- *High Definition Television*). Com esse

⁵ SILVA, Arlindo. A Fantástica História de Silvio Santos. Editora do Brasil, São Paulo, 2000.

⁶ A construção do Complexo Anhanguera custou 120 milhões de dólares (incluindo os equipamentos) e demorou cerca de cinco anos para ser concluída.

sistema pretende-se aumentar a definição da imagem e a qualidade do áudio, face aos atuais sistemas, de modo a obter-se uma qualidade semelhante a do cinema.

“Também durante a década de 90, as emissoras que primeiro modernizaram os sistemas de transmissão nos grandes centros (nas décadas de 70 e 80) e posteriormente nas cidades de pequeno e médio porte (década de 90), além de construírem modernos e complexos sistemas de estúdios com logística integrada, começam a pensar no próximo passo. Esse passo seria dado, no entender das emissoras, com a melhoria da qualidade da imagem, introduzindo “imagem de cinema”(HDTV) e os novos recursos da televisão digital...” (CPqD 2002 p. 13).

Entretanto, esse avançado sistema tecnológico vem acompanhado de consequências econômicas e políticas, sendo motivo de inúmeros debates e discussões entre os interessados na implantação dessa tecnologia.

1.2 IMPACTO SOBRE A AUDIÊNCIA

As discussões propostas por Bourdieu (1997) sobre a influência da televisão em relação ao comportamento dos receptores e por Debray (1995) sobre os efeitos das diferentes mídias, sofrerá radicais mudanças em função do novo padrão de televisão (SBTVD-T) a ser implantado no Brasil. Em decorrência dessa nova dinâmica, os meios de comunicação tendem a acentuar ainda mais o impacto sobre a audiência.

Apesar da crítica que Umberto Eco faz sobre as limitações da análise baseada na dicotomia Apocalípticos versus Integrados, várias abordagens caminham entre essas duas posturas, como indica Rocco:

“A televisão é o mais alienante dos veículos de comunicação contemporâneos. A televisão aprisiona o individuo e faz dele um ser passivo, sem capacidade de imaginação. A televisão pensa pelo homem. A televisão rouba às crianças o tempo que seria dedicado à leitura e bloqueia entre os menores grande parte da atividade cerebral. Dentro de pouco tempo, teremos gerações imbecilizadas, sem capacidade para sequer emitir uma frase.” (1990, p.15)

Eis a posição Apocalíptica. Contrariamente a essa, a autora apresenta a postura Integrada:

“A televisão é uma janela para o mundo. A televisão é o único invento espetacular de nosso século. Estamos hoje diante de uma civilização de imagens e a televisão consegue trazer o ícone e o real para nossas casas. A televisão ensina mais e melhor que a escola. A televisão sintetiza o mundo e as emoções, substituindo o contato com as pessoas, principalmente entre os indivíduos de terceira idade.” (1990, p.15)

McLuhan (1977/1979), apontou a importância dos meios de comunicação como instrumento de poder da sociedade moderna, indicando as mudanças na recepção dos sentidos humanos que tais tecnologias provocam. Um dos seus seguidores, Schartz (1985), chegou a considerar, analogamente, o impacto gerado pela mídia como correspondente à influência de um Deus nas consciências dos fiéis.

Ao refletir também sobre o poder dos meios de comunicação, Lima (2004) advertiu que a mídia televisiva criou uma estrutura de oligopólio e concentração de capital. Tudo indica que esta estrutura se manterá também na implantação da TV digital, visto que a influência na definição da escolha do novo padrão de transmissão foi determinada pela atuação desses mesmos grupos, controladores das principais redes de televisão comerciais abertas do Brasil.

Quadro 1. Principais Redes de Televisão Comerciais Abertas do Brasil

Rede	Geradoras	Municípios	Presença em domicílios com TV (%)	Controle
Globo	117	5.443	99,59	Família Marinho
SBT	97	4.862	97,27	Senor Abravanel*
Record	68	3.925	90,26	Edir Macedo
Bandeirantes	42	3.158	87,90	João Carlos Saad
RedeTV!	38	3.480	81,93	Almicare Dalevo Jr.
CNT	18	232	35,46	Família Martinez

* Senor Abravanel é o nome real de Silvio Santos

Fonte: BOLAÑO; BRITTOS, 2005.

A importância dos meios de comunicação como instrumentos de poder pode ser ilustrada, em nosso país, por exemplo, em relação às discussões sobre as diferentes alianças

nas empresas de radiodifusão, como o acordo *Time-Life*⁷ com a Rede Globo de Televisão, no final da década de 60. Esse acordo constitui instrutivo exemplo de estratégia de posicionamento por parte dos grupos de poder para consolidar sua vantagem competitiva em relação à concorrência. Evidentemente, depois de inúmeras discussões, o acordo foi suspenso. Por meio do acordo *Time-Life*, a Rede Globo de Televisão buscava alcançar vantagens competitivas por meio de alianças estratégicas.

O pensador Kenneth Burke (1966), ao tratar dos conflitos entre facções e segmentos da sociedade, apontou a função reparadora da retórica num mundo repleto de interesses conflitantes: o dilema da convivência humana faz surgir uma situação retórica universal, que tentamos resolver por intermédio da comunicação. Nesta perspectiva, podemos definir a retórica como o uso da comunicação para definir as coisas da maneira como desejamos. No universo da “aldeia global” inúmeras possibilidades persuasivas estão presentes, visto que os meios empregados produzem a amplificação dos sentidos.

Pelo impacto que as novas tecnologias provocam nas relações sociais entre os indivíduos, alterando e estimulando novas percepções e atitudes por parte da audiência, os grupos de poder buscam apropriar-se desses poderosos instrumentos. McLuhan afirmou :

“A maior parte das tecnologias efetua uma amplificação que se torna bem explícita na separação que exerce sobre os sentidos. O rádio é uma extensão do aural, a fotografia de alta fidelidade uma extensão do visual. Mas a TV, acima de tudo, é uma extensão do sentido do tato, que envolve a máxima inter-relação de todos os sentidos.” (McLuhan, 1979, p.374)

Se o sistema analógico provoca a inter-relação entre todos os sentidos humanos, o padrão digital tende a multiplicar e acelerar esse efeito em escala ainda maior, pois acrescenta a interatividade como possibilidade de múltiplas aplicações, tais como:

É possível, numa partida de futebol transmitida pelo sinal digital, incluir uma arquibancada virtual, ali o telespectador, da sua própria casa, pode escolher o lugar do qual pretende assistir a partida e convidar um amigo, em outra cidade, para sentar-se ao seu lado nessa mesma arquibancada virtual, tecendo inclusive comentários sobre a partida com o colega. Os dois poderão conversar pelo próprio retorno das suas respectivas televisões.

⁷Fita de vídeo *Muito Além do Cidadão Kane* – Documentário de Simon Hartog produzido em 1993 pelo canal 4 da BBC de Londres.

1.3 IMPLANTAÇÃO DA TV DIGITAL

Segundo Roberto Franco⁸ presidente da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (SET), a discussão da TV digital começou a partir de 1986, quando a NAB (*National Association of Broadcasters*) convidou a ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão) para participar dos debates sobre o sistema de alta-definição a ser implantado nos Estados Unidos. Os americanos acompanhavam a implantação do sistema de alta-definição japonês denominado MUSE. Na Europa, falava-se em adotar um outro sistema, o EUREKA. Os Estados Unidos se viam pressionados pela demanda dos telespectadores, que queriam um sinal de maior resolução e qualidade, e pelos produtores de TV, que queriam entregar conteúdos mais ricos. Assim, ainda segundo Franco, os Estados Unidos estavam obrigados a caminhar para um sistema de alta-definição, mas havia uma dificuldade muito grande para se realizar esse feito no mundo analógico.

Em 1994, quando o assunto já vinha sendo discutido há bastante tempo pelos engenheiros norte-americanos e brasileiros, a Europa iniciava a discussão sobre um novo padrão de TV digital intitulado DVB (*Digital Video Broadcasting*), enquanto o padrão japonês ainda não estava formalizado. As emissoras brasileiras, coordenadas pela SET (Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão), em parceria com a ABERT e com o envolvimento posterior da ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) — que surge em novembro de 1997 —, criaram o primeiro grupo formal de discussão e pesquisa sobre o assunto TV digital. Em março de 1998 foi extinta a Comissão Assessora de Assuntos de Televisão (COM-TV), criada no período do governo Collor. Esse grupo evoluiu e, em 1998, quando as emissoras solicitaram fazer experiências, se juntaram em consórcio (sob coordenação da SET, ABERT e ANATEL) para realizarem os testes mais profundos de comparação dos três sistemas.

⁸ Entrevista concedida ao autor. 28.06.07.

Quadro 2 - Sistemas de TV Digital

1) O Norte Americano – <i>Advanced Television Systems Committee</i> (ATSC), adotado pelos Estados Unidos, Canadá, México e Coréia do Sul;
2) O Europeu – <i>Digital Video Broadcasting</i> (DVB), adotado em mais de cinquenta países, incluindo toda a Europa, Austrália, Nova Zelândia, Índia, Cingapura e Taiwan;
3) O Japonês – <i>Integrated System Digital Broadcasting</i> (ISDB), usado apenas no Japão.

Elaborado pelo autor

Em 29 de junho de 2006, após aproximadamente dez anos de estudos e pesquisas, o Governo Federal outorga o SBTVD-T (Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre) com a modulação ISDB, proveniente do padrão japonês, através do Decreto 5820/06, que estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão.

Para analisar o processo da escolha do padrão definido pelo decreto presidencial será utilizada, nessa pesquisa, a metodologia denominada Análise Retórica. Com esse intuito, serão descritas as estratégias de posicionamento que foram empregadas pelos agentes fomentadores da implantação da TV digital no Brasil. A partir dessa prerrogativa o contexto pesquisado será dividido em seis setores, que são classificados como agentes fomentadores da implantação da TV digital no Brasil. Nesse contexto, cada agente fomentador é, ao mesmo tempo, agente participativo da decisão técnica/política da escolha do padrão de TV digital brasileiro.

Quadro 3 - Os Seis Agentes Fomentadores

1) Governo Federal, com maior foco sob o mandato do Presidente Luis Inácio Lula da Silva e representado pelo Ministério das Comunicações, o CPqD e a ANATEL;
2) Consórcio das Academias;
3) Radiodifusores;
4) Indústria Eletro-eletrônica;
5) Sociedade Civil, representada pelo Coletivo Intervozes;
6) Indústria de Telecomunicações.

Elaborado pelo autor

Em relação à metodologia a ser adotada, embora pouco conhecida no Brasil, é interessante observar que, com bastante frequência, as universidades norte-americanas instruem seus estudantes em como fazer análises completas do discurso de maneira prática e abrangente, com base nos procedimentos didático-pedagógicos, envolvendo: texto, contexto, problema, solução, tese proposta, critérios adotados e advertências sobre os erros que devem ser evitados. Essa metodologia, denominada “Análise Retórica”, foi trazida para o Brasil pela pesquisadora da comunicação Tereza Lúcia Halliday, autora de *A retórica das multinacionais – a legitimação das organizações pela palavra* (1987).

Será empregada, no âmbito desse trabalho, essa metodologia, visando propiciar uma compreensão global dos procedimentos dos agentes fomentadores — explicando, justificando e descrevendo realidades construídas nas disputas entre os executivos e ativistas (na defesa dos interesses das organizações que representam).

Em relação aos discursos pronunciados pelos agentes fomentadores, seus principais interesses podem ser assim caracterizados:

Quadro 4: Discursos dos Atores da TV Digital no Brasil

Governo Federal	• <u>Integração e desenvolvimento</u>: Propiciar educação à distância, tele-medicina, disseminação cultural, comércio eletrônico, serviços bancários, informações sob demanda, bate-papo e correio eletrônico.
Rádiodifusores	• <u>Interesses predominantemente comerciais</u>: Levar conteúdo em alta definição de som e imagens e manter o modelo de negócio atual, baseado na venda de audiência para os anunciantes.
Sociedade Civil	• <u>Democratização da informação</u>: A importância do acesso à informação, entretenimento e interatividade a todos os segmentos da sociedade.
Indústria Eletro-eletrônica	• <u>Interesses predominantemente comerciais</u>: Impulsionar as vendas de televisores e celulares no país.
Indústria de Telecomunicações	• <u>Interesses predominantemente comerciais</u>: Implantar o padrão Europeu de TV digital (DVB), uma vez que esse padrão representa seus interesses comerciais e já está estabelecido em mais de cinquenta países disseminado

	entre Europa, Ásia, África, Oceania e Oriente Médio.
• Consórcio das Academias	• <u>Interesse pela pesquisa</u> : Desenvolver um padrão com tecnologia nacional e manter os repasses de verbas públicas.

Elaborado pelo autor

Desse modo, por meio de pesquisa exploratória de natureza qualitativa e análise de conteúdo através de entrevista com cada agente fomentador do modelo de TV digital adotado no Brasil, pretende-se confirmar a hipótese segundo a qual os principais atores da discussão possuem interesses discordantes quanto o grau de importância da democratização do processo de radiodifusão em relação a outros fatores. Exemplo disso é a relação da qualidade de transmissão em detrimento da sustentabilidade econômica do modelo de negócio.

Dessa forma, a modulação definida no Decreto 5820/06 adota o padrão japonês composto de, no máximo, um canal em alta definição e até quatro em SDTV (com taxa de compressão em MPEG-4). Esse modelo é tecnicamente superior ao modelo europeu que possibilita acesso a apenas quatro canais em SDTV (com taxa de compressão em MPEG-2) e ao modelo norte-americano que possibilita acesso à apenas um canal em HDTV. É importante ressaltar que o padrão japonês propicia uma tecnologia mais avançada, visto que oferece mais flexibilidade na sua faixa espectral, enquanto o padrão norte-americano oferece apenas um canal em alta resolução (HDTV), impossibilitando, assim, obter-se uma melhor utilização do espectro radioelétrico.

Em relação ao baixo grau de democratização definido no processo, é importante ressaltar o sentido da crítica que redonda na pequena diversificação de programação e escassa abertura de novos canais. Em artigo recentemente publicado, o sociólogo Leal Filho (2007), aborda os prejuízos sociais da implantação da TV digital brasileira:

“As perspectivas não são muito animadoras. Há fortes indícios de que uma tecnologia, como a da TV digital, capaz de impulsionar a democratização da oferta televisiva, venha a ser apropriada pelos mesmos grupos que sempre controlaram o setor. São empresas operadoras de um serviço público atuando estritamente nos limites da lógica comercial, determinada pela maximização dos lucros. Nessa linha, a possibilidade do uso ampliado do espectro reduz e a diversidade da programação ficará, outra vez, posta de lado. A equação é simples. A digitalização da TV permite o alargamento

das faixas de transmissão. Onde hoje trafega uma programação, poderão passar quatro ou mesmo oito. Bem utilizados, outorgados para empresas e instituições públicas capazes de atender diferentes demandas da sociedade, esses canais ampliariam significativamente a oferta de programas, com resultados positivos tanto para o telespectador como para a imensa maioria de produtores. Ganhariam quase todos: o público, que passaria a ter opções reais de programação, e o mercado produtor independente, hoje sem espaço nas grandes redes. Seria o melhor dos mundos: a diversidade artística, cultural e política do país chegando à casa de todos os brasileiros combinada à ampliação do mercado de trabalho no setor.”

O texto acima critica inclusive o corporativismo presente no mercado de radiodifusão que, embora possa propiciar inúmeros avanços tecnológicos em relação ao padrão analógico, deixa a questão social para segundo plano. Embora a possibilidade de uma multi-programação seja tecnicamente viável, o que enriqueceria, sobremaneira, a qualidade e diversidade dos conteúdos audiovisuais oferecidos ao grande público, os grupos que controlam a informação parecem não manifestar esse interesse. Em síntese, o interesse comercial prevalecerá em detrimento da diversidade cultural.

2. ASPECTOS TÉCNICOS

2.1 A TELEVISÃO ANALÓGICA

Atualmente, existem quatro sistemas de transmissão de televisão em formato 4:3 (largura X altura), podendo haver, dentro de cada sistema de cor, pequenas variações técnicas de país para país. O padrão de TV usado na América do Norte, Japão e alguns outros países é o sistema NTSC (*National Systems Comitee*). Na Europa, África, América do Sul e na maior parte da Ásia usa-se o sistema PAL (*Phase Alternate Line*). Já na França, utiliza-se o sistema SECAM (*Sequentiel Couleurs a Memoire*). Existe ainda um sistema usado na Europa, paralelamente e compatível com o PAL, que é o sistema PALPlus.

2.2 O SISTEMA PALPlus

O sistema PALPlus é o resultado de um projeto de três anos de investigação, que teve início em 1990 e foi patrocinada pelas principais redes de televisão européias e fabricantes de eletrônica de consumo. Esse sistema apresenta, como principal característica, uma imagem com formato 16:9 (largura X altura), mantendo, no entanto, o mesmo número de linhas por imagem e implicitamente a mesma definição de imagem que os atuais sistemas analógicos.

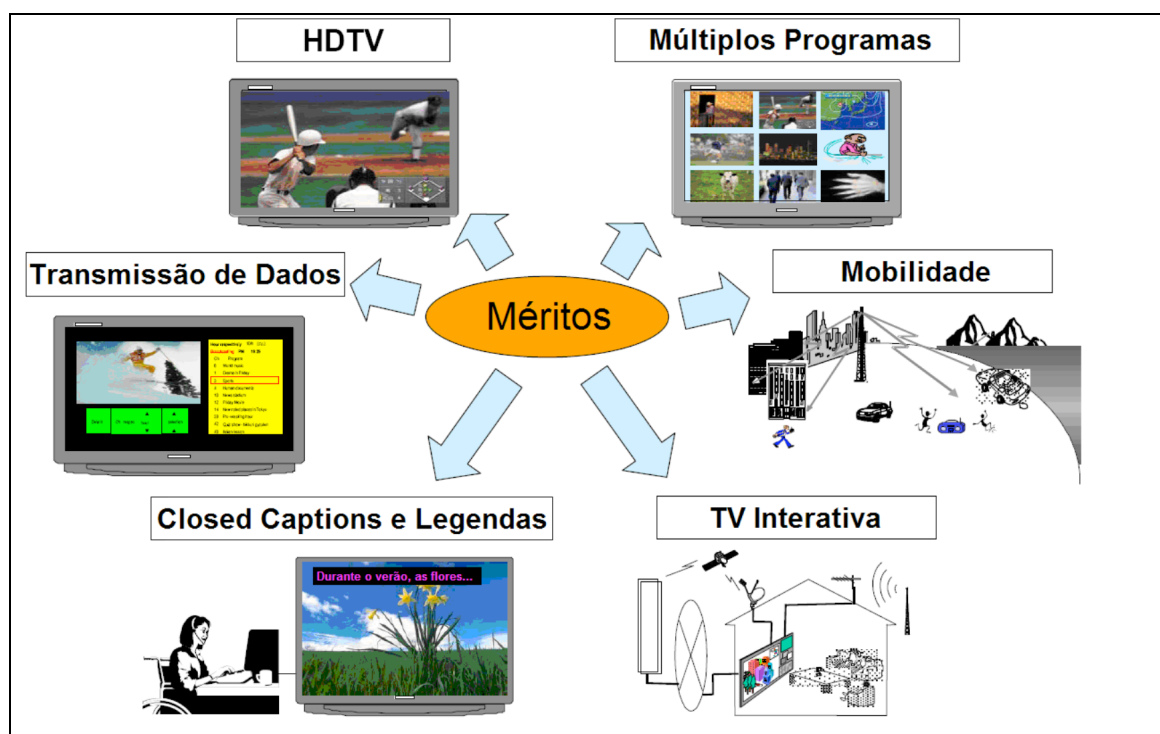
Trata-se de um sistema que poderia ser classificado como intermediário entre o HDTV e o SDTV (definição normal), denominando-se por isso EDTV (sistema de definição melhorada). O sistema PALPlus tem como objetivo proporcionar uma melhor qualidade de imagem, com a introdução da tela panorâmica (formato 16:9), permitir uma compatibilidade direta e inversa com o sistema PAL e melhorar a qualidade de áudio com a introdução de som digital NICAM estéreo. O PALPlus é, assim, um sistema de transição para o HDTV. Ele melhora o sistema PAL existente sem o substituir completamente.

2.3 A TELEVISÃO DIGITAL

A implantação do sistema de TV digital acarreta inúmeros efeitos nos conteúdos da televisão uma vez que, a partir da entrada das transmissões digitais, a tendência é haver grande escala de produção de televisores digitais e *set top boxes* no mercado de eletro-eletrônicos brasileiro. Cria-se, contudo, uma alteração na maneira de assistir televisão. Com a introdução da TV digital no Brasil, o verbo irá mudar de assistir para acessar, uma vez que o telespectador passará de passivo a ativo nesse novo conceito de transmissão de ondas eletromagnéticas. A interatividade será acrescida nesse novo conceito de fazer e assistir televisão, uma mudança verdadeiramente vultosa.

Com a TV digital, um único sistema de televisão agruparia vários recursos comunicativos, pois, agora, com a transmissão digital, deve-se acrescentar a Portabilidade (conteúdo televisivo que será disponibilizado em celulares) e a Mobilidade (conteúdo de televisão que será transmitido em trens, ônibus, e em todos os locais que tiverem o *chip* receptor para a TV digital). Além disso, também pode-se incluir nesse sistema os serviços de educação à distância, e-commerce, *home banking* entre outros.

Quadro 5. Características da TV digital no Brasil



2.3.1 PORTABILIDADE

O desenvolvimento dos terminais de telefonia celular, com progressiva capacidade de recepção de vídeo e dados em alta velocidade possibilitará, em breve, a agregação de um *chip* receptor dos sinais transmitidos pelas emissoras de televisão, o que trará novas opções para os usuários, bem como agregará valor para ambos os serviços, que poderão operar em complementaridade.

A peça central dessa convergência será o terminal, que será uma mistura de telefone celular e televisão. A rede de telefonia celular das próximas gerações permitirá ao cidadão acessar novos serviços personalizados, como videoconferências, internet, *downloads* de conteúdo multimídia de seu interesse particular, incluindo vídeo. Os sinais de TV digital, ao contrário, serão acessados, sempre que o cidadão desejar assistir seu programa preferido ou receber informações de interesse geral, consistentes com a estrutura da rede ponto-área da TV aberta.

A integração, em um único terminal, dos serviços de telefonia e televisão, será um diferencial para o consumidor; este terá, em um único aparelho, que poderá acompanhá-lo durante as 24 horas do dia, o seu telefone, a sua agenda pessoal, o seu computador e também a sua televisão. Será a união dos dois produtos de consumo mais populares no Brasil, a

televisão e o telefone celular.

A TV móvel e portátil É ferramenta fundamental para a promoção da inclusão digital da sociedade brasileira. Sem ela, estaríamos condenando grande parte dos consumidores a não terem acesso, quando em deslocamento, de importantes formas de conteúdo, informação e entretenimento que, se assim não fosse, estariam disponíveis apenas através de assinaturas pagas para “as operadoras de telefonia celular”.

2.3.2 MOBILIDADE

Diante das possibilidades que se vislumbram e da preocupação com a universalização do acesso do cidadão ao serviço, a qualquer momento, em qualquer lugar, também não podemos conceber a televisão do futuro sem que esteja associada à mobilidade e à portabilidade. O tempo cada vez maior que as pessoas despendem no trânsito (quer em veículos coletivos, quer em particulares), torna cada vez mais interessante e adequado o fato delas terem acesso a programas e informações enquanto se deslocam.

Para o cidadão, a TV móvel amplia o acesso à informação e ao entretenimento, a qualquer hora em qualquer lugar. Hoje as pessoas só têm acesso ao conteúdo da TV quando estão em casa, pois as transmissões analógicas não possibilitam a recepção em terminais móveis. Com a tecnologia digital, o cidadão não precisará confrontar o impasse de ter que optar entre assistir ao capítulo da novela ou sair de casa. O acesso ao conteúdo das emissoras será efetivamente irrestrito.

Evidentemente, por ser um produto inteiramente novo, a recepção móvel desenvolverá um mercado novo, gerando a necessidade de uma nova indústria para esses televisores. Por fim, a mobilidade é a aplicação, juntamente com a TV portátil, que melhor justifica a utilização do espectro, um recurso limitado da sociedade, já que o espectro das faixas de VHF e UHF, hoje ocupado pelas emissoras de TV, é o mais apropriado para a recepção móvel.

2.3.3 MULTI-PROGRAMAÇÃO

Todos os canais ditos abertos e gratuitos terão a possibilidade de trabalhar com até quatro canais na mesma banda de transmissão atual, o que torna possível o envio de um volume maior de informação na mesma banda (6 MHz) utilizada atualmente pelas emissoras de TV com transmissão analógica. Atualmente trafegam 4Mbps de informação onde seria possível alcançar até 19Mbps — ganhos com a melhor utilização do sinal e com tecnologias

de compressão, como definido pelo Decreto 5820/06, do tipo MPEG-4 (*Moving Picture Experts Group*). Esse maior volume de informações trafegadas possibilita aplicações como o *datacasting* (envio unidirecional de dados), a TV interativa e a transmissão simultânea de multi-câmeras, bem como múltiplos canais de SDTV (qualidade semelhante àquelas que vemos hoje através dos DVDs) por uma mesma emissora.

A escolha da forma como essa banda será utilizada fica a cargo da emissora responsável pela programação. Esta flexibilidade permitirá a utilização de dois modelos de transmissão, conforme a necessidade, como, por exemplo: um jogo de futebol poderia ser transmitido em três canais de SDTV, cada um com uma câmera específica, enquanto a novela poderia utilizar-se da melhor definição e qualidade da transmissão em HDTV.

2.3.4 MODALIDADES NA TV DIGITAL

A era da TV digital promoverá um crescimento significativo na qualidade do áudio e do vídeo. Na era analógica, as possibilidades de áudio são os sons “Mono” (um único canal) ou “Estéreo” (dois canais), enquanto o vídeo opera com resolução horizontal de 480 linhas ativas e *Aspect Ratio* ou seja, enquadramento de 4:3. A partir da introdução da TV digital essas condições técnicas se alteram profundamente. O áudio passa a ser 5.1 Sourrond (som de cinema, equivalente ao do *Home Theater*) e o vídeo a conter 1.080 linhas ativas, com o *Aspect Ratio* em 16:9 (*widescreen*). Carlos Montez e Valdecir Becker abordam, em *TV digital Interativa*, as modalidades mais conhecidas de televisão digital, sendo a SDTV (*Standard Definition Television*), HDTV (*High Definition Televisison*) e a EDTV (*Enhanced Definition Television*):

“A primeira é um serviço de áudio e vídeo digitais, parecida com a TV analógica, na relação de aspecto 4:3 (largura: altura da imagem), cujos aparelhos receptores possuem 480 linhas, com 704 pontos em cada uma. A HDTV, cuja imagem possui formato 16:9, é recebida em aparelhos com 1.080 linhas de definição e 1.920 pontos. Entre esses dois sistemas existe a EDTV, TV de média definição, que possibilita a utilização de aparelhos com 720 linhas de 1.280 pontos. Dependendo da largura de banda disponível para a transmissão, é possível mesclar essas modalidades de TV digital, uma vez que a qualidade da imagem no receptor é proporcional à banda utilizada pela transmissão.” (2005, p.39)

2.3.5 SIMULCAT – CONVIVÊNCIA DOS FORMATOS

O ponto inicial para nos adequarmos as novas tecnologias de captação e veiculação está diretamente ligado ao tamanho da imagem e a proporção da tela. Embora o número de linhas tenha variado bastante na TV convencional, todos os sistemas de televisão do mundo adotaram um tamanho padrão de imagem, a proporção em 4:3.

O quadro de vídeo com a proporção de 4:3 (largura X altura) é chamada de *aspect ratio*. O *aspect ratio* de 4:3 adotado pela TV era compatível com as telas de cinema que antecederam os formatos de Cinemascope e Panavision⁹ respectivamente.

Se a televisão toma como base um novo *aspect ratio*, em 16:9, surgem dois problemas:

- 1) A adaptação desse novo *aspect* para o formato convencional de TV;
- 2) A conversão dos produtos gerados até hoje em 4:3 para o *aspect ratio* 16:9.

Para solucionar esse problema será necessário a aquisição de equipamentos que façam a conversão do *aspect ratio* de 4:3 para 16:9, utilizando-se do “UP e Down Converter¹⁰” nos sinais de vídeo que serão transmitidos para as casas dos telespectadores brasileiros.

Outro fator relevante na convivência dos formatos é o chamado “Simulcast”. O simulcast é o período, estipulado em 10 anos, em que os radiodifusores transmitirão os sinais de vídeo analógico e digital simultaneamente. Esse período se inicia em 02 de dezembro de 2007 e o desligamento do sinal analógico deverá ocorrer em 2016, conforme estabelecido no Decreto 5820/06.

2.3.6 PADRÕES DE TRANSMISSÃO DE SINAL DIGITAL

Em relação a toda inovação há uma demora até que seus conceitos e bases estejam consolidados. A adoção da tecnologia da TV digital é relativamente recente para as transmissões de TV aberta. Além disso, existem três padrões competindo por esse mercado.

⁹Filme rodado em formato alargado, vulgarmente apelidado de CinemaScope com *ratio* de 2.66:1 (relação horizontal: vertical) e datado de 1953. O mais frequente é o Panavision, a que corresponde um retângulo de aproximadamente 2.35:1. O écran de TV é 1.33:1, ou 4:3, cerca de 43% menos largo do que o Panavision que é datado de 1954. (<http://www.cinedie.com/glossario>).

¹⁰Up Converter: Tem a função de alterar o padrão de resolução de linhas de 1.440 x 1.080 para 1.920 x 1.080 e o Down Converter tem a função de alterar de 1.920 x 1.080 para 1.440 x 1.080.

Entre estes sistemas existem mais similaridades que diferenças, pois todos são baseados em tecnologias amplamente conhecidas. Para a codificação do sinal utiliza-se o *Reed-Solomon*, cuja compressão e transporte de vídeo são feitos com MPEG-2 e o *encoding* de áudio costuma ser MPEG-2 ou Dolby AC-3. A diferenciação entre eles sempre é consequência de demandas específicas dos países de origem. Isso pode ser verificado conhecendo-se os três padrões básicos: ATSC, DVB e o ISDB.

2.3.6.1 O NORTE-AMERICANO *ADVANCED TELEVISION SYSTEMS COMMITTEE* (ATSC): Foi adotado pelos Estados Unidos, Canadá, México e Coréia do Sul. As características básicas são:

- a) A imagem tem qualidade superior e o sistema permite interatividade. Não é possível, contudo, transmitir imagens para carros, ônibus, trens ou celulares;
- b) O sistema não foi feito para TV aberta. Nos EUA temos 110 milhões de residências com cobertura de televisão, 80 milhões delas recebem TV a cabo, 23 milhões captam o sinal por satélite e apenas cinco milhões de domicílios recebem o sinal aberto e gratuito. O mesmo opera com mais de 500 emissoras e possui cerca de 4% do mercado norte-americano e utiliza a modulação 8-VSB, ideal para recepção com antenas externas e em ambientes de pouco ruído impulsivo, como por exemplo, a interferência gerada por um liquidificador.

2.3.6.2 O EUROPEU – *DIGITAL VÍDEO BROADCASTING* (DVB): Foi adotado em mais de cinquenta países, incluindo toda a Europa, Austrália, Nova Zelândia, Índia, Cingapura e Taiwan, e tem como características:

- a) A recepção do sinal é feita com antenas internas, o que no padrão americano não corresponde à qualidade ideal, por isso, a solução encontrada foi a substituição da modulação 8-VSB pela modulação COFDM, que possui uma maior robustez;
- b) Privilegia a multi-programação, através da transmissão de múltiplos canais SDTV a fim de comportar a demanda reprimida por mais emissoras. Além disso, outro fator importante na escolha da multi-programação é a aparente falta de receptividade do mercado europeu aos aparelhos de telas grandes;

- c) A qualidade de imagens nos televisores é um pouco inferior à dos outros sistemas;
- d) Permite interatividade;
- e) Tem mobilidade, porém é suscetível a interferências de aparelhos eletrodomésticos por causa dos ruídos impulsivos.

2.3.6.3 O JAPONÊS – *INTEGRATED SYSTEM DIGITAL BROADCASTING* (ISDB): É usado apenas no Japão. Os japoneses, apesar de pesquisar soluções comerciais de HDTV desde a década de 60, tiveram o seu padrão de TV digital homologado apenas em 1999. Este padrão tem como peculiaridades:

- a) O ISDB é uma derivação do padrão DVB europeu, utilizando inclusive a mesma modulação (COFDM). As diferenças com relação ao DVB foram respostas à relativa fragilidade do padrão europeu no quesito recepção móvel;
- b) A imagem tem qualidade superior, mesmo nas transmissões para veículos (mobilidade) e celulares (portabilidade);
- c) O sistema também permite a interatividade.

A partir da escolha do padrão de modulação cria-se um fator determinante para o início da TV digital no Brasil: como a indústria de eletro-eletrônica oferecerá todas as opções de conversão do sinal digital para as televisões analógicas existentes hoje em nosso país? Será através de *set top box* ou de *chip* de recepção ISDB-T integrado na TV e nos aparelhos móveis de telefone?

Os *set top box* poderão ser utilizados com qualquer monitor de TV, dos mais modernos aos mais antigos. Em se tratando de tecnologia brasileira é possível desenvolver caixas híbridas para TV aberta, cabo e IPTV. E ainda será possível desenvolver *set top box* dedicados a determinados serviços como “a caixa da Caixa”¹¹ ou mesmo o telefone da Caixa.

A modulação do sistema japonês adotada no Brasil é o BST-OFDM, conhecido como

¹¹Caixa da Caixa é um trocadilho que faz alusão ao set top box.

Band Segmented Transmission – Orthogonal Frequency Division Multiplex. Esse tipo de modulação divide o canal de TV em 13 segmentos, sendo que 12 são utilizados para enviar sinais de áudio e vídeo respectivamente em alta definição, dados ou multi-programação. O segmento central envia áudio, vídeo e dados a dispositivos móveis em baixa definição, porém com grande robustez. Além disso, mesmo com baixa potência transmitida pela emissora alcança os aparelhos móveis com facilidade. O fato de ser de baixa definição não prejudica a qualidade da imagem por causa da dimensão pequena das telas.

É importante discernir que a mobilidade e a portabilidade podem ser norteadas a partir do sistema de TV digital adotado no Brasil, visto que, uma emissora com o mesmo transmissor e a mesma antena pode enviar sua programação a receptores fixos, móveis e portáteis.

Além dos celulares, outros dispositivos móveis poderão captar as transmissões de TV digital com baixo consumo de energia, o que é fundamental quando falamos de máquinas que funcionam através de baterias. Qualquer aparelho portátil que tenha um bom *display* de vídeo poderá ser adaptado para se tornar um monitor de TV, como, por exemplo, o i-Pod.

2.3.7 INTERATIVIDADE

Dentre os inúmeros benefícios presentes na tecnologia da TV digital pode-se destacar, ainda, a interatividade local e plena, permitida através do *switcher* Ginga, também denominado *middleware* brasileiro. É preciso esclarecer que se trata de uma função que pode ser aproveitada em uma infinidade de aplicações, dependendo do interesse do telespectador e da natureza da emissora.

2.3.7.1 INTERATIVIDADE LOCAL:

A emissora envia os dados e as informações ao receptor dos telespectadores. Esses ficam armazenados no *Set Top Box*, independentemente de serem requisitados ou não. Pelo controle remoto, o telespectador escolhe a informação e esta é mostrada na tela. Um exemplo de aplicação de interatividade local é o EPG (Guia Eletrônico de Programação). O guia de programação eletrônico, quando solicitado, aparece na tela do televisor. O mesmo acontece com sinopses de filmes e com o “*now and next*”, informações sobre o programa em curso e os que virão a seguir.

Uma outra aplicação para interatividade local, por exemplo, é um teste de múltipla

escolha. Após uma aula desenvolvida como um Telecurso, o aluno pode responder as perguntas de um teste de múltipla escolha através do controle remoto. E, no final, poderá conferir a sua pontuação, o que acertou e errou, através do gabarito que ficou armazenado em seu televisor.

2.3.7.2 INTERATIVIDADE PLENA:

É quando há o “canal de retorno”, ou seja, uma conexão da TV à Internet. O aparelho de TV, além de receber dados pelo canal sintonizado, tal qual um PC, comunica-se com servidores através da Internet. A interatividade plena oferece muito mais aplicações e recursos, podendo se tornar um forte instrumento na educação à distância. E disponibiliza ainda várias possibilidades de conexão, tais como linha discada, Wi-Fi, Wi-Max e ADSL, entre outros.

2.3.8 OPERADOR DE REDE

A introdução do operador de rede é uma sugestão para a democratização do espectro, que é um bem público e finito. Se, eventualmente, a tecnologia de compressão propiciar um enxugamento do espectro, o excedente poderá ser repassado para novos “players”. O operador de rede teria a função de um concessionário, responsabilizando-se pela administração da infra-estrutura das transmissões por ondas eletromagnéticas.

“O operador de rede permite fracionar o canal de 6 MHz, colocando várias emissoras em um espaço atualmente ocupado por apenas uma.” (Informativo Intervenções – Maio de 2006)

Através do operador de rede, cada empresa de radiodifusão receberia um espaço para veicular seu conteúdo. Vale lembrar que o operador não teria a responsabilidade de censurar, em hipótese alguma, a programação escolhida por cada radiodifusor.

“Com o operador de rede, as emissoras transmitem seu sinal para uma única antena (de empresa neutra, sem ligação com emissoras e fortemente controlada pela agência reguladora), que reúne os sinais no espaço disponível e transmite em um único feixe para as residências daquela área de cobertura. É mais barato para uma pequena emissora, mesmo que comercial, pagar o rateio do serviço prestado pelo operador de rede do que cada uma ter que bancar sua própria estrutura de

transmissão digital.” (Informativo Intervozes – Maio de 2006)

No Decreto 5820/06, o Governo Federal regula uma concessão de utilização de espectro duplo, através do *Simulcast*, por um período de 10 anos após o início da implantação da TV digital no Brasil (que acontecerá no dia 2 de dezembro de 2007). As emissoras trafegarão, simultaneamente, o sinal de ondas eletromagnéticas num canal analógico e digital. E os telespectadores deverão migrar do sistema analógico para o digital dentro desse mesmo período.

A TV digital contribui para um setor da economia que já está em crescente expansão: o da indústria de eletro-eletrônicos — que comercializa atualmente entre 7 e 8 milhões de aparelhos de TV e 30 milhões de celulares por ano. Isso totaliza um giro aproximado de R\$ 11,3 bilhões, gerando um crescimento anual do mercado de televisores estimado em 7,5% e de celulares em 15%. No décimo ano, teremos 100% das televisões digitais e 40% dos telefones com TV, o mercado deverá movimentar cerca de R\$ 18,5 bilhões, sem contar o movimento adicional proveniente da educação à distância e do *home banking*.¹²

O Brasil possui 48,5 milhões de domicílios particulares com TV, sendo que a média diária de horas que um telespectador brasileiro fica diante do vídeo é de 4 horas e 58 minutos, ou seja, 20,7% das horas de um dia.¹³

Em consonância com todo esse avanço tecnológico, foi criado um padrão brasileiro para TV digital, um mercado que movimentará cerca de US\$ 100 bilhões nos próximos 10 anos.

3. ASPECTOS SOCIAIS

Além do aspecto tecnológico e econômico, inúmeras mudanças comportamentais tendem a ocorrer, fato esse que, certamente, conduzirá à necessidade de um novo pacto entre os envolvidos, como afirma Dantas (2007, p.30):

“Os novos meios digitais e suas possibilidades interativas apenas viabilizam tecnicamente, graças a novas condições sócio-culturais emergentes, o poder de expressão e intervenção de um dos pólos da comunicação social que, sob o

¹²Palestra proferida pelo Vice-presidente da Gradiente, Morris Arditti, na agência de publicidade Fischer América no dia 13.06.07.

¹³Fonte: ibope - mediaquiz / net - agosto/06.

“fordismo”, era induzido a adotar uma postura apassivada diante das mensagens. Como, no entanto, este novo poder ainda se dá sob as condições capitalistas de valorização e acumulação, ele pode representar aumento da competição, diversidade e até pluralidade de ofertas “monetizáveis”, mas ainda está por se demonstrar que tal venha a conduzir a um novo pacto democrático na sociedade...”

Um outro aspecto relevante no processo da implantação da TV digital no Brasil diz respeito aos interesses dos agentes fomentadores que serão amplamente contemplados, como propõe Brittos* e Bolaño (2007, p.4):

“Ainda que as opções atuais da tradicional TV aberta frente às perspectivas da televisão digital atrelem-se a formatos tecnológicos, isto se relaciona com o quadro de mudanças econômicas, políticas e culturais mais amplas. As inovações tecnológicas no âmbito do audiovisual atestam uma sabida desconexão com a demanda, visto que atendem mais a objetivos de aceleração da obsolescência planejada dos equipamentos, especialmente os domésticos, além da busca de outras possibilidades de realização de negócios, por parte dos diversos agentes que compõem o mercado, do que a uma efetiva necessidade do consumidor atestada em pesquisa.”

A opção pelo modelo japonês favorece aos interesses das grandes emissoras, como indica Gindre (2006, p.2), referindo-se aos interesses da Rede Globo de Televisão:

“Além de garantir o seu controle sobre o espectro eletromagnético, evitando que novas emissoras entrem no ar, a escolha pelo ISDB permite à Globo realizar excelentes acordos comerciais com seus antigos parceiros, sob a benção do governo que reduz os impostos de importação...”

O estudo analítico das ações e omissões do governo brasileiro, quanto à definição da TV digital, em sua interação com outros agentes, permite a seguinte síntese descrita por Bolaño e Brittos (2007, p.146):

“Na condução dos testes não houve participação ativa dos atores não-hegemônicos.”

Segundo o CPqD, os fatores mais importantes para o contexto brasileiro, examinando-se a relação entre modelo de negócio e plataforma, são:

*“Contribuir para a superação do problema da exclusão social na sociedade; melhorar o nível de emprego no país; beneficiar o telespectador; permitir uma transição mais rápida para um ambiente totalmente digital; e possibilitar a abertura para novas aplicações no futuro”.*¹⁴

Tal constatação combina com a observação de Capparelli e Lima sobre a relação da sociedade com a regulamentação midiática:

“É importante assinalar que entre as peculiaridades brasileiras está a histórica ausência de um ator fundamental no processo de formulação das políticas públicas: o cidadão. Não há canais institucionais diretos de participação através dos quais possa exercer esse direito” (2004, p.38)

Diante do imenso avanço tecnológico representado pelo novo sistema de transmissão da TV digital brasileira, é preciso responder as seguintes indagações:

- 1) O modelo japonês estará limitando as diversas possibilidades de interatividade que poderiam estar presente no modelo europeu e norte-americano?;
- 2) O padrão de codificação H.264 (MPEG-4) criará dificuldades na produção em escala dos *set top box*, uma vez que essa tecnologia é utilizada apenas no Japão, fazendo com que, em sua implantação, o custo médio do *set top box* seja quase que proibitivo ao padrão de renda dos brasileiros?;
- 3) Com a adoção do modelo japonês o *apartheid televisivo* tende a continuar, uma vez que a TV digital, com o modelo adotado, limita-se a ser uma TV classista, inacessível a grande maioria da população brasileira?;
- 4) Embora a tecnologia propicie integração e interatividade, a ação dos grupos de poder inviabilizam a democratização da informação?

¹⁴Fundação CPqD. “Relatório integrador dos aspectos técnicos e mercadológicos da televisão digital, versão 1.0, 2001. Disponível em WWW.anatel.gov.br.

Com esse intuito, serão analisados os discursos dos diferentes agentes envolvidos, partindo-se do pressuposto de que a situação de argumentação é caracterizada, em princípio, pela existência de um conflito, e que esse conflito é nítido na relação dos diversos interesses em jogo, como descrito no Quadro 4. Nesse quadro temos os discursos relacionados a evolução da digitalização da TV; à promulgação do Decreto 5820/06; à convergência das mídias e ao desafio da multi-programação propostas aos agentes fomentadores.

CAPÍTULO 2

UM MÉTODO DE ANÁLISE DO PROCESSO

Pode se considerar que, no quadro dos estudos teóricos acerca de retórica — decorrentes de inúmeras pesquisas realizadas ao longo do tempo, surgiram diferentes paradigmas para explicar a arte da persuasão: desde a retórica integral, proposta por Aristóteles no Séc III a.C., até as pesquisas realizadas pelos teóricos da nova retórica e da Análise Retórica de inspiração norte-americana, denominada *Rhetorical Criticism*.

Reportando-nos àquela primeira, surgida na Antigüidade Clássica, fundamentamos nossa proposição partindo do pressuposto Aristotélico que entre retórica e filosofia não há diferença de natureza, pelo contrário, predominam as semelhanças.

Porventura, o modo próprio da filosofia não é também a argumentação?

- 1) A filosofia, tanto quanto a retórica, se dirige a um auditório que procura persuadir;
- 2) Só pode persuadir partindo daquilo que o auditório admite.

Perelman, por sua vez, estuda a questão da racionalidade moderna, sua incapacidade de conceber a dimensão teórico-formal dos raciocínios e a dimensão pragmática que revestem na prática esses raciocínios. Essa concepção de Perelman alarga o conceito de razão através da teoria da argumentação, pois a atividade racional não é apenas cálculo, engloba também às técnicas discursivas que visam obter a adesão de um determinado auditório. Portanto, proporciona ao indivíduo a liberdade de aderir ou rejeitar, condição indispensável de exercício da escolha razoável. A especificidade da retórica é versar sobre aquelas matérias passíveis de deliberação, tendo-se presente um auditório incapaz de discernir, “*ver claro através de numerosas proposições e de raciocinar sobre noções deduzidas de longe. Delibera-se sobre o que pode receber duas soluções opostas...*” (Aristóteles 1956, p.139)

Os estudos modernos e Retórica, atualmente, firmam-se em dois grande pilares:

- a) Na tradição européia, voltada para a sociolinguística e semiótica, com análises do discurso tipo “estrutural” alicerçados em Pêcheux, Greimas, Barthes, Ricouer, Kristeva e outros;
- b) Nas décadas de pesquisas que os departamentos de *Speech Communication* das Universidades norte-americanas realizaram, e ainda realizam, sob a rubrica *Rhetorical Criticism* (Crítica Retórica).

A Análise Retórica é um procedimento de pesquisa do discurso muito antigo, utilizado, em seus primórdios, para avaliar peças de oratória, políticos e pregadores religiosos.

A legitimação desses estudos se deve a contribuição de filósofos como Chaim Perelman e do norte-americano Kenneth Burke.

Perelman, considerado o renovador da retórica do século XX, juntamente com Stephen Toulmin, Lucie-Tyteca Olbrechts e A. Richards, trata a retórica enquanto teoria da comunicação persuasiva, situando-a no interior dos quadros da argumentação.

Ao propor essa renovação, coloca-se em dúvida certas proposições antagônicas, tomadas por teóricos excessivamente formalistas, que se atém sempre à evidência das provas como ponto básico que leva alguém a ser convencido, a ser persuadido sobre o assunto em questão. Os diferentes tipos de auditório são classificados em particular e universal. O discurso convincente é dirigido ao auditório universal. O discurso persuasivo é dirigido ao auditório particular. Todavia, estranhamente, em Perelman não se encontra qualquer referência aos meios de comunicação de massa, daí a necessidade da criação de um terceiro auditório derivado do auditório particular, como propõe a pesquisadora brasileira Maria Thereza Fraga Rocco, denominado auditório indivíduo. O auditório indivíduo forma-se em virtude da própria relação física entre o veículo de comunicação eletrônico com o receptor pessoal da mensagem que se torna sujeito único da mensagem individualizada. Essa situação *sui-generis*, estabelecida na relação emissor/receptor, tem como especificidade a própria mensagem radiofônica/televisiva que tem como público-alvo milhares ou mesmo milhões de espectadores, embora esse auditório (auditório-indivíduo) seja representado por uma única pessoa.

No domínio da argumentação podemos encontrar “o verossímil”, “o plausível”, o “provável” e não necessariamente a demonstração.

Temos assim, o retorno a Antigüidade Clássica, assentando no Tripé: orador (*ethos*) - discurso (*logos*) - auditório (*phatos*), presentes nos antigos tratados de retórica, cuja finalidade é a busca de adesão.

Por isso Perelman, assim como seus colaboradores, foram classificados como neo-aristotélicos, isto é, sistematizadores contemporâneos dos campos de atuação da filosofia-dialética-retórica nos moldes do antigo mundo clássico, conforme Perelman (1982, p.162):

“Na medida em que a comunicação tenta influenciar uma ou mais pessoas, orientar-lhes o pensamento, excitar ou acalmar suas emoções, guiar suas ações, esta comunicação pertence ao reino da retórica. A dialética, ou técnica da controvérsia, está incluída como grande parte desse reino mais amplo.”

Por sua vez, Burke aponta a função reparadora da retórica num mundo repleto de facções e interesses conflitantes, onde o dilema da convivência humana faz surgir uma situação retórica universal, a qual tentamos resolver por intermédio da comunicação, ou seja, procuramos interagir simbolicamente com o ambiente, colocando-nos em comum com as situações apresentadas, a maneira que encontrarmos de superarmos as diferenças e as divisões em nossos relacionamentos.

“O identificar-se compensa o estar dividido... Ponham-se identificação e divisão ambigualmente juntas, de modo a não se saber onde uma termina e onde a outra começa e temos o característico estímulo à retórica.” (Burke, 1945, p.22).

2.1 JUSTIFICATIVA DO MÉTODO DA ANÁLISE RETÓRICA

- Em primeiro lugar, pelo elemento metodológico de responsabilidade implícito, rejeitando explicitamente a dicotomia discurso e ação, tão presentes no cotidiano das sociedades modernas. Em certo sentido, o crítico retórico exerce a mesma atividade do crítico literário, diferenciando-se, somente, por analisar textos de não-ficção;
- Em segundo lugar, pelo próprio objeto da análise: o analista do discurso tem como objeto a própria sociedade, as produções culturais e as interações simbólicas, questionando sua validade ética;

- Em terceiro lugar, pelo seu caráter holístico. A análise retórica envolve descrição, análise, interpretação e avaliação do discurso, dentro do contexto em que foi produzido, observando-se, minuciosamente os elementos presentes: situação, perfil do comunicador, as possibilidades e limitações da interação comunicador-público;
- Em quarto lugar pela própria representatividade do método. A *Rhetorical Criticism* é um antigo procedimento de pesquisa utilizado por oradores, unindo através de suas duas últimas partes (interpretação e julgamento do discurso) retórica e filosofia, revelando a análise embasada em um determinado referencial teórico, responsável pelos rumos que foram dados a análise. Rejeita a concepção clássica e anti-retórica da filosofia baseada na rígida oposição: verdadeiro/falso de inspiração platônica. Entende que filosofia e retórica são complementares, concordando com Paul Ricoer ao considerar o declínio da retórica com a sua separação da filosofia. Deve-se, finalmente, ter consciência, da persuasão do próprio crítico ao colocar subjetivamente os seus valores através do julgamento do ato retórico.

2.2 CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DA ANÁLISE RETÓRICA

1. Expressão da subjetividade — A arte de bem falar para conquistar um determinado público através da persuasão. O caráter argumentativo da retórica sempre esteve presente: persuadimos através de argumentos, porém, o nosso adversário também faz o mesmo, daí sua relação com a estratégia de sinalização, que pode ser entendida como uma estratégia complementar. Zicarelli (2000, p.186) define a estratégia da sinalização como: “*aquela que visa a divulgação, seja ela verdadeira ou não, do que convém que os outros acreditem sobre a empresa...*”

Nessa perspectiva, retórica e argumentação são sinônimos. Ambos são processos racionais de tomada de decisões através do uso da linguagem em situações de incerteza, verossimilhança e probabilidade.

Temos, assim, um dos principais elementos para o exercício da democracia moderna: o papel da subjetividade através da livre expressão das crenças individuais, a tolerância das oposições entre os membros de uma determinada sociedade que procuram afirmar ou superar suas diferenças para fazer emergir um consenso.

2. Diversas definições complementares. Para Perelman (1996, p.5) a finalidade da retórica é a adesão:

“O objeto desta teoria é o estudo das técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses apresentadas ao seu assentimento”.

Por sua vez, Burke (1966, p.34) define retórica basicamente como negociação:

“a retórica possui função reparadora num mundo repleto de facções e interesses conflitantes, no qual o dilema da convivência humana faz surgir uma situação retórica universal...”

A adesão de Perelman e a negociação de Burke convergem para um mesmo ponto: a atividade retórica é o encurtamento (ou o alargamento) da distância entre os sujeitos referente a um determinado problema, daí sua relação com outras estratégias complementares, como as alianças estratégicas. Zacarelli (2000) afirma que as alianças estratégicas, ou estratégias coletivas, são muito importantes para incrementar as vantagens competitivas das empresas aliadas, como ocorreu por exemplo no acordo *Time-Life* anteriormente citado.

3. Crítica e questionamento - todos somos analistas do discurso, exercemos atividade crítica, por vezes de forma ingênua, por vezes de modo coerente, através de questionamentos sobre as situações, fatos e acontecimentos à nossa volta.

Portanto, uma das maneiras de se estudar os princípios retóricos é partir da obviedade de sua necessidade, conforme Maluf (1997, p.12):

“Retórica é um assunto que não interessa apenas ao especialista em comunicação porque, — por mais estranho que isso possa parecer — provavelmente não há ser humano que não seja retórico, mesmo que não se tenha consciência disso. A retórica está presente nas relações familiares, empresariais, políticas, teológicas, inclusive como demonstrou Goffman, também na ciência.”

Um primeiro procedimento crítico retórico deve sempre partir de alguns pressupostos gerais:

a) Pode-se colocar o fato em questão. O problema é legítimo? De onde procede?;

b) Pode-se dar uma razão. Dar uma razão é responder sobre esse algo que está fora de questão, redefinindo-o de algum modo. O que está em questão é do modo como está sendo apresentado?;

c) Pode-se questionar sua pertinência?

Essa tripla interrogação está presente em qualquer questionamento retórico, pois todo problema, originariamente, está vinculado a uma regra: a normalidade para o imaginário social que foi violado por atos ou palavras.

A operacionalização dos conceitos retóricos em seu sentido mais técnico de comunicação pragmática para influenciar um determinado tema na perspectiva da *Rhetorical Criticism*, foi desenvolvida, entre outros teóricos da comunicação, por Cathcart (1981, p.40): “*Problemas retóricos começam com uma situação que cria a necessidade de uma resposta*”. Nessa linha Campbell (1982, p.7) comenta:

“Um ato retórico é uma tentativa intencional, criada e elaborada para superar obstáculos numa dada situação, com uma audiência específica, sofre determinada questão, para conseguir um determinado objetivo. Um ato retórico cria uma mensagem, cujo teor e forma, começo e fim, são nela marcados por um autor humano, com um propósito, para uma audiência”.

Por sua vez, Bitzer (1980, p.24) afirma:

“Uma situação retórica é um complexo de pessoas, eventos, objetos e relações que apresentam uma instância a qual pode ser atendida, completa ou parcialmente, se um certo tipo de discurso - introduzido na situação - for capaz de influenciar o pensamento ou a ação de uma audiência ou público, de maneira a acarretar uma modificação positiva da instância”.

É preciso ressaltar que a instância do original inglês “*exigence*” significa uma imperfeição marcada por certo grau de urgência, “um empecilho”, alguma coisa a ser corrigida.

2.3 A ABORDAGEM SITUACIONAL

A abordagem situacional da comunicação também servirá como baliza teórica para esse trabalho. Ela tem características acentuadamente estratégicas. Essa vertente parte do pressuposto que os seres humanos interagem funcionalmente com o seu ambiente. Por conseguinte, as pessoas estão continuamente interagindo com o meio no qual estão inseridas, adaptando-se tanto ao universo físico quanto ao universo simbólico, abrangendo o campo das imagens, das idéias, dos símbolos, das leis, atitudes, interesses e aspirações de sua comunidade, que constituem os cenários das aspirações humanas. Definimos o discurso organizacional como o conjunto de práticas lingüísticas, semânticas e retóricas de uma determinada organização. A leitura do discurso pode ser feita prontamente nos documentos veiculados e no próprio comportamento de seus retores.

É necessário advertir que para a metodologia da *Rhetorical Criticism*, documentos organizacionais não significam necessariamente documentos oficiais, mas sim, qualquer mensagem registrada — desde pronunciamentos, folhetos, anúncios publicitários — até notas e comunicados oficiais.

Para a análise retórica, todo documento organizacional deve ser estudado, pois de um modo ou de outro, contém algum grau de retoricidade.

Portanto, a função de um analista retórico aproxima-o da “síndrome de Sherlock Holmes”, isto é, muitas vezes, é preciso encontrar vestígios daquilo que está sendo pesquisado.

Como veremos adiante, na etapa denominada Antecedentes da Situação Retórica, reconstitui-se a situação com base em documentos organizacionais para esclarecer o contexto do discurso.

Como foi dito anteriormente cada uma das diferentes abordagens, possui sua validade e suas limitações. A abordagem situacional é eminentemente técnica. Lloyd Bitzer não definiu ato retórico, essa definição foi dada por Campbell, no entanto, Bitzer (1980) caracterizou os três elementos de uma situação retórica:

1. Uma instância (*exigence*) — isto é, uma imperfeição marcada por um certo grau de urgência, um obstáculo, algo que se apresenta de um modo e o retor deseja que seja de outro. Somente quando um retor se sente incomodado por determinada situação factual, e tem interesse em modificá-la, é que ela contém uma “instância” passível de ser transformada mediante discurso;

2. Um conjunto de limitações e restrições (*Constraints*) — ou seja, é preciso conhecer os elementos que compõem o repertório da audiência, sintonizando-se adequadamente com a situação. Repertório é o conjunto de crenças, valores, atitudes e diferentes graus de conhecimento presentes nos diversos grupos sociais;

3. Uma audiência — o público passível de ser influenciado para atuar na modificação da instância.

A pesquisadora Tereza Lucia Halliday, apoiada em extenso trabalho de pesquisa, ao analisar auto-descrições de 103 empresas multinacionais em inglês, francês e português, elaborou a sua tese de doutorado (defendida na Universidade de Maryland, nos Estados Unidos), cuja síntese foi publicada no Brasil, em 1987, no *Retórica das Multinacionais - a legitimação das organizações pela palavra*.

No seu trabalho, a autora descreve como o discurso presente nas organizações constrói sua legitimidade agindo retoricamente.

O método proposto oferece subsídios imprescindíveis para a compreensão global dos procedimentos de explicar, justificar e descrever realidades, construindo com palavras e outros símbolos uma realidade dentro da qual os outros concebiam as coisas com interesses das organizações.

Esses procedimentos descritos acima estão presentes de modo sintético nos componentes do método proposto pela *Rhetorical Criticism* no sentido de conceber o discurso contextualmente, resgatando os princípios básicos da retórica antiga no sentido de enunciar o *logos* (como enunciados para preenchimento de lacunas), cuja referência é o *phatos* (necessidades e desejos do receptor), sustentado através de determinado *ethos* (caráter do indivíduo e/ou organização) embasado em quatro fatores:

Fator 1 - Ideologia do Discurso Organizacional:

A ideologia do discurso organizacional relaciona-se estreitamente com a proposta de Chaim Perelman em sua obra *Tratado da Argumentação* (1996). Nessa obra, discorrendo sobre a racionalidade da comunicação, Perelman mostra como o crítico do discurso organizacional (que analisa, por exemplo, os diversos posicionamentos dos grupos de poder) exerce a mesma atividade do crítico literário (que analisa romances, contos etc.),

diferenciando-se, somente, por analisar textos de não- ficção. Ambos estão envolvidos com aspectos essenciais da convivência humana, como poder, cultura e ética, etc.

Fator 2 - A Sociedade como Objeto de Análise:

A retórica, envolvida como o discurso organizacional, tem como objeto de análise a própria sociedade com suas produções culturais e as interações simbólicas, visto que sua meta é colocar-se em comum com os mais diferentes públicos: clientes, fornecedores, funcionários e acionistas, etc.

Fator 3 – Holismo:

A análise retórica envolve descrição, interpretação e avaliação do discurso, dentro do contexto em que foi produzido, observando-se, minuciosamente os elementos presentes: situação, perfil do comunicador, as possibilidades e limitações da interação entre comunicador-público.

Fator 4 – Adequação à Linha do Tempo:

A Análise Retórica (*Rhetorical Criticism*) é um antigo procedimento de pesquisa utilizado por oradores e analistas do discurso. Ela une, através de duas última etapas (interpretação e julgamento do discurso), retórica e filosofia, revela a importância e o caráter ideológico que reveste a escolha, pelo retor e/ou crítico, do discurso de um determinado referencial teórico, opção esta, diretamente responsável pelos rumos que serão dados à análise.

Como foi dito anteriormente a Análise Retórica (*Rhetorical Criticism*) é um procedimento de pesquisa do discurso muito antigo utilizado, em seus primórdios, para avaliar peças de oratória e políticos e pregadores religiosos. Pela sua estrutura abrangente e holística, o método proposto se mantém através dos tempos, uma vez que permite identificar com extrema rapidez os elementos persuasivos presentes na comunicação.

Em função desses fatores explicitados acima, a pesquisa pretende utilizar os pressupostos da Análise Retórica (*Rhetorical Criticism*) como instrumento de reflexão sobre o discurso organizacional, identificando os elementos persuasivos do discurso no sentido de preencher lacunas sociais, ou, na visão da pesquisadora Tereza Lúcia Halliday (1987, p. 5-8), provocar “casamento de interesses”.

2.4. OS SEIS PASSOS DO MÉTODO

Como exposto nos tópicos anteriores, a Análise Retórica (*The Rhetorical Criticism*) é um antigo método de análise do discurso, alicerçado nos preceitos da filosofia, retórica antiga. Os seis passos do método enunciados por Halliday (1988, p. 126-131) permitem compreender as motivações implícitas e explícitas do emissor, as expectativas dos receptores e as contingências do contexto:

- 1) Os Antecedentes da Situação. Reconstituem-se os elementos históricos, políticos e culturais que condicionaram a instância como uma situação problemática;
- 2) O Problema Retórico. Um conflito ou desequilíbrio entre a perspectiva ou posicionamento de um público face ao tema, questão ou situação e a perspectiva ou posicionamento que o retor gostaria que esse mesmo público tivesse;
- 3) Anatomia do ato retórico. Identificação dos arqui-argumentos e seus suportes: vocabulários, figuras de linguagem, especialmente as metáforas e slogans que constituem a própria estrutura do discurso;
- 4) As Contingências do Discurso. As limitações encontradas pelo retor para realizar seu discurso;
- 5) Interpretação. A interpretação do ato retórico segundo determinado arcabouço filosófico;
- 6) Julgamento. Analisa-se a validade do ato retórico sob a ótica da eficiência, qualidade e ética.

Em síntese, uma visão retórica da comunicação empresarial ilumina pelo menos dois aspectos do papel dos gestores de comunicação:

- 1) O comunicador empresarial é um retor. Aquele que usa palavras e outros símbolos para argumentar em favor da organização. O conceito de argumentação é o cerne da ação

retórica. Argumentos não são apenas assertivas para persuadir, mas conjuntos de razões apresentadas, nunca apenas com palavras, sempre buscando todos os recursos e comportamentos que validem as palavras;

2) O comunicador empresarial é um negociador de significados. O conceito de retórica ultrapassou a noção histórica — de arte de utilizar os meios disponíveis de persuasão — para uma definição mais abrangente e moderna: retórica é a arte de negociar significados, definindo a realidade de um certo ponto de vista para exercer influência sobre situações. Dessa perspectiva, o discurso empresarial é composto por todos os aspectos da vida da organização — os comportamentos de seus membros, as decisões implementadas, os rituais e as mensagens *strictu sensu* —, em texto ou fala.

Como bem afirma Perelman (1996, p.371):

“Com efeito, a ação argumentativa, bem como a ação que a argumentação visa a desencadear, são obras de agentes. A pessoa intervém assim a cada passo, com sua estabilidade, mas também com sua faculdade de escolha, com sua liberdade criadora, com os imprevistos de seu comportamento, com a precariedade de seus compromissos. A adesão da pessoa às teses que se lhe apresentam não é simples registro dos resultados obtidos pela argumentação: as teses adotadas podem ser remanejadas, modificadas, a fim de serem harmonizadas com outras crenças; podem ser realizadas novas estruturas para permitir a adesão plena ao que é proposto.”

Nessa perspectiva, a metodologia proposta pela Análise Retórica, através dos seis passos contidos no método, pode ser relacionada aos elementos propostos na pesquisa com os profissionais de comunicação de modo geral, conforme quadro abaixo.

Quadro 6 – Os Seis Passos da Análise Retórica

1º. passo – <u>Antecedentes da situação</u> : ao interpretar cenários;
2º. passo – <u>O problema retórico</u> : ao negociar significados para que a empresa seja concebida como interessa aos seus executivos;
3º. passo – <u>Anatomia da mensagem</u> : ao concretizar a solução do problema retórico por meio da linguagem (vocabulários, slogan, etc.);
4º. passo – <u>Contingências</u> : as limitações encontradas pelas empresas em virtude do ambiente econômico e cultural em que estão inseridas;
5º. passo – <u>Interpretação</u> : cuja vertente básica legitimizante da razão de ser da organização freqüentemente se encontra voltada para os pressupostos da estratégia de posicionamento;
6º. Passo – <u>Julgamento</u> : ao relacionar a ética com a eficiência, pois na perspectiva da formação da imagem corporativa a ética se estabelece como elemento intrinsecamente relacionada à eficiência.

Elaborado pelo autor com base na metodologia proposta por Halliday.

2.5 ESTRATÉGIA E RETÓRICA

O posicionamento da organização em relação ao contexto em que a empresa está inserida pode ser considerado um dos elementos indispensáveis para se alcançar vantagem competitiva por meio de seus agentes fomentadores. Cada vez mais em nossa contemporaneidade os executivos assumem a função de retores na defesa dos interesses das organizações que representam. Daí a necessidade de desenvolver atributos como discernimento, vontade de poder, astúcia.

Os sofistas desenvolveram estratégias retóricas para vencer os debates. Sócrates, contrapondo-se aos sofistas, por intermédio de seu método, denominado maiêutica, apresentou técnicas para libertar a consciência condicionada pelo ambiente social e denunciar os truques da linguagem.

No período renascentista, Nicolau Maquiavel, Erasmo de Roterdã e tantos outros, apresentaram inúmeros procedimentos para se chegar ao conhecimento claro sobre arte de conquistar e manter o poder por meio de inúmeras estratégias retóricas. Baltazar Gracian (1998, p.12) escreveu:

“A vida humana é um combate contra a malícia do próprio homem. O homem hábil nela emprega como armas os estratagemas da intenção... E

depois, quando, seu artifício fica conhecido, aprimora a dissimulação, servindo-se da própria verdade para enganar. Ele muda de jogo e de bateria, para mudar seu artil. Seu artifício é os não ter mais, e toda a sua sagacidade está em passar da dissimulação precedente à candura. Aquele que o observa e tem penetração conhecendo a habilidade de seu rival, acautela-se e descobre as trevas revestidas de luz. Decifra um procedimento tanto mais oculto quanto tudo nele é sincero.”

Os referenciais teóricos das estratégias empresariais estão fortemente relacionados aos pensadores que discorrem sobre política e arte militar, daí a pertinência da integração estratégia, retórica e posicionamento. Em outras palavras: a relação estreita com os exércitos e a guerra caracteriza a atividade do administrador, uma vez que a idéia chave é a conquista.

Carl Von Clausewit, general prussiano, traçou inúmeras aproximações entre a arte de administrar empresas e exércitos. Harrington Emerson, também engenheiro prussiano, aplicou técnicas de organização dos exércitos à organização ferroviária. O casal Frank e Lillian Gilbreth, com suas idéias de racionalização e controle, auxiliaram o exército norte-americano na primeira guerra mundial, bem como as idéias de Henry Fayol foram difundidas junto ao exército inglês. Por todas essas razões, James D. Mooney, engenheiro e executivo da General Motors, considera que a organização militar é o modelo ideal a ser seguido pelos administradores.

Comentadores contemporâneos das estratégias empresariais, entre eles Griffin (1996, p.14-19), relacionam as idéias políticas de Maquiavel às organizações empresariais do século XX, isto é, a administração é vista como guerra.

“Os gerentes de hoje fazem o que os generais de antigamente faziam. Planejamento, organização, direção e controle em todos os níveis administrativos são as mesmas atividades de criar e manter exércitos, sofrer certas perdas e conquistar o inimigo em nome do que o conquistador – o executivo- define como certo.”

Complementa: *“...como o pensamento de Maquiavel resistiu, porém, ao teste do tempo, ele encontra abrigo no coração de todo executivo ou pretendente. O príncipe que Maquiavel procurou ajudar e agradar não é diferente do presidente da empresa, ou do supervisor que procura o sucesso todos os dias. Estados, exércitos e governos da França e da Itália do século XVI. As lutas e as guerras de vida e morte que ocorriam nos campos de batalha agora são*

travados nas salas de reunião da diretoria. Os capitães de cavalaria foram substituídos por capitães de indústria. As decisões dos generais não são a respeito de tomar colinas e vales, mas sobre a conquista de novos mercados; não são decisões sobre o tratamento a ser dispensado aos prisioneiros de guerra, mas sobre como tratar as pessoas afetadas pela compra de sua empresa.”

Desse modo, o tema da estratégia, desde o surgimento da filosofia, sempre despertou interesse acentuado na mente dos pensadores. Acabou, assim, constituindo elemento essencial da prática de administrar em todos os setores da atividade humana.

Os autores das escolas da Administração Científica, Administração Clássica e Teoria das Relações Humanas, propõem diferentes enfoques estratégicos para se alcançar a melhor maneira de fazer. Todavia, com a vertiginosa mudança dos ambientes externos das organizações, a Teoria dos Sistemas e a Teoria Contingencial passaram a privilegiar as exigências do ambiente. A acirrada competitividade que se estabeleceu a partir da década de 1960, fez com que as organizações buscassem obter mais estabilidade diante de um ambiente cada vez mais mutante, no qual a arte da estratégia, paulatinamente, passa a ser encarada como disciplina autônoma. Surgem, então, as mais diferentes orientações que se sucedem: Escola do Design, Escola do Planejamento Estratégico e posteriormente, a Escola do Posicionamento.

Assim, as escolas de estratégia passam a se suceder em decorrência das características do ambiente. A Escola do Posicionamento, nos anos 80, em decorrência do sucesso japonês, a Escola Ambiental e Escola da Aprendizagem, a partir dos anos 90.

Com base no enfoque analítico e crítico, de maneira geral, todas essas escolas são passíveis de inúmeras ressalvas, como propõe Mintzberg (2000):

- A Escola do Design, a Escola do Planejamento e a Escola do Posicionamento favorecem uma visão estática que não se aplica ao dinamismo e transformações tecnológicas do universo globalizado;
- A Escola Ambiental pela sua passividade em relação ao ambiente;
- A Escola Cultural pelo excesso de intelectualismo;

- A Escola do Poder pela utilização de estratagemas que podem ser considerados não éticos.

E, como não existe estratégia certa ou estratégia errada, mas sim, estratégia que deu certo ou estratégia que deu errado, a necessidade de ação e reação contínuas das empresas em relação ao ambiente competitivo cada vez mais mutável, impede a opção exclusiva por essa ou aquela escola de pensamento estratégico. Assim, pode-se utilizar os princípios de cada uma dessas escolas ou mesmo fundi-los, conforme a necessidade do momento. A fusão da Escola do Posicionamento com a Escola do poder, empregada no presente trabalho, permite integrar essas duas abordagens na análise dos conflitos decorrentes dos diferentes interesses em jogo.

Daí a importância do quinto e sexto passos da metodologia proposta pela Análise Retórica. Eles embasam a estrutura dos discursos enunciados, respectivamente, em uma determinada linha de pensamento e avaliá-lo segundo os critérios de eficiência e ética.

CAPÍTULO 3

POSIÇÕES E CONTRAPOSIÇÕES NA IMPLANTAÇÃO DA TV DIGITAL

O objetivo das pesquisas, em sua essência, é definido por Boyd (2001, p.5) como: *“descobrir respostas para perguntas, através do emprego de processos científicos.”*

A pesquisa surge, então, como um instrumento auxiliar na busca de informações sobre determinado assunto quando estas não se encontram disponíveis ou organizadas num nível que permita sua utilização.

Boyd (2001, p.7) compreende que se devem realizar pesquisas em função de duas necessidades básicas: razões de ordem intelectual ou razões de ordem prática.

Nessa perspectiva, foram adotados os pressupostos da abordagem qualitativa de pesquisa, resgatando, inicialmente, seus fundamentos básicos para um melhor entendimento das especificidades do posicionamento dos diferentes agentes fomentadores.

Godoy (1995, p.58) esclarece a diferenciação entre essas duas abordagens:

“Enquanto a pesquisa quantitativa se caracteriza como um estudo com o qual o pesquisador conduz seu trabalho a partir de um plano estabelecido a priori, com hipóteses claramente especificadas e variáveis operacionalmente definidas e preocupa-se com a quantificação dos resultados, com a precisão da medida, a pesquisa qualitativa não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico, e sim, parte de questões e focos de interesses amplos, que se vão definindo à medida que o estudo se desenvolve. Nesse caso, na abordagem qualitativa, o relacionamento pesquisado entre as variáveis em estudo depende muito mais da perspicácia da observação do pesquisador do que de algoritmos matemáticos, estatísticos ou de qualquer natureza quantitativa.”

Godoy (1995, p.58) prossegue e enfatiza:

“Apesar das diferenças entre as abordagens qualitativa e quantitativa, no caminho para a busca dos objetivos, mesmo que possuam contornos diferentes, em ambas, a pesquisa se caracteriza como um esforço cuidadoso para a descoberta de novas informações ou relações e para a verificação e ampliação do conhecimento existente.”

Por sua vez, Cervo e Bervian (1988, p.158-159) tecem considerações indicando em quais situações se deve utilizar as entrevistas:

“Quando se há de recorrer à entrevista? Recorre-se à entrevista quando não há fontes mais seguras para as informações desejadas ou quando se quiser completar dados extraídos de outras fontes. A entrevista possibilita registrar, além disso, observações sobre a aparência, sobre o comportamento e as atitudes do entrevistado. Daí sua vantagem sobre o questionário.”

Segundo Bardin (1977, p.75), no emprego da análise de conteúdo é possível situar um número de observações formuláveis a título de hipóteses provisórias:

“Uma primeira leitura, quer seja ‘flutuante’ – leitura intuitiva, muito aberta a todas as idéias, reflexões, hipótese, numa espécie de ‘brain-storming’ individual – quer seja parcialmente organizada, sistematizada, com o auxílio de procedimentos de descoberta, permite situar um certo número de observações formuláveis, a título de hipóteses provisórias.”

Por se tratar de um estudo exploratório qualitativo, não é o objetivo deste trabalho estabelecer as relações de causa e efeito. O caminho escolhido é a entrevista direta com os executivos dos grupos de poder. Considerando que a abordagem qualitativa, enquanto exercício de pesquisa, não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada, permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques (Godoy, 1995). A metodologia qualitativa de pesquisa, segundo Ludke (1996), é o estudo que se desenvolve numa situação natural, é rico em dados descritivos, apresenta um plano aberto e focaliza a realidade de forma complexa e contextualizada.

A postura científica provém do emprego prático do método científico, aplicável a qualquer tema. Nesta pesquisa, o estudo será exploratório, pois, devido ao assunto ora proposto não ter uma base limitada de resultados de pesquisas anteriores, a ênfase será dada à descoberta de práticas ou diretrizes que precisam modificar-se e na elaboração de alternativas que possam ser substituídas.

A pesquisa de natureza qualitativa, por meio de entrevistas (caracterizada por questões abertas), permitiu que, em diversas passagens, as repostas das questões anteriormente formuladas fossem retomadas e aprofundadas. Por isso, optou-se por incorporar respostas de outras questões que foram retomadas pelo entrevistado e agrupadas em quatro grupos:

1. Evolução da digitalização da TV no Brasil;
2. Posição em relação a promulgação do Decreto 5820/06;
3. Concepção em relação à convergência das mídias;
4. Pertinência da multi-programação.

3.1. ESCOLHA E TRANSCRIÇÃO DO CONTEÚDO

Antes de analisarmos o conteúdo das respostas dos entrevistados faz-se necessário alguns esclarecimentos:

- a) Não sendo possível transcrever o texto em sua íntegra no corpo do trabalho, optou-se pela resenha de algumas falas, transcrevendo literalmente outras que julgamos essenciais para a compreensão dos procedimentos retóricos.

Se compararmos essas transcrições ao texto em sua íntegra, certamente constataremos a presença de flutuações e divergências ligadas ao processo de seleção e delimitação, resultantes da própria natureza pessoal da decodificação e do contexto situacional.

- b) Buscou-se amenizar essas transgressões, recorrendo às publicações de outros órgãos da imprensa para reparar possíveis omissões.

Desse modo, nos processos de transcrição, certamente estarão presentes algumas transgressões que, entendemos não comprometem o trabalho em sua essência, como afirma Marcuschi (1986, p.9):

“Não existe a melhor transcrição. Todas são mais ou menos boas. O essencial é que o analista saiba quais os seus objetivos e não deixe de assinalar o que convém.”

3.2 QUESTÕES PROPOSTAS PARA OS AGENTES FOMENTADORES

3.2.1 Evolução da digitalização da TV no Brasil

Questão proposta: Gostaria que você fizesse um relato geral sobre a evolução da implantação da TV digital no Brasil, desde o início das discussões até o decreto lei 5820/06?

Enfoque do Radiodifusor:

O radiodifusor, presidente da SET e diretor de tecnologia do SBT Roberto Franco enfatizou a qualidade da programação da televisão brasileira, a necessidade de atualização tecnológica, o início dos testes no Brasil, a escolha do padrão digital e a convivência pacífica das mídias.

a) Qualidade dos profissionais e da programação de TV – Apologia dos profissionais da televisão brasileira.

Na concepção do radiodifusor, o Brasil sempre foi um país capaz de desenvolver programas de televisão reconhecidos internacionalmente. Exemplo disso é a dramaturgia, um produto exportado para a maioria dos países de todo o mundo, essencialmente pela sua qualidade técnica e artística.

“Nós sempre tivemos bons profissionais de televisão durante toda a história dos mais de 50 anos da televisão brasileira e mundialmente reconhecidos como produtores, realizadores de uma televisão de qualidade internacional” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

b) Necessidade de atualização tecnológica – Entende que o sistema de alta-definição foi o propulsor da tecnologia digital.

A era digital possibilitou a globalização da informação, pois o mundo analógico criava dificuldades de conexão em tempo real. Hoje, os seres humanos estão conectados através da digitalização das tecnologias. Os Estado Unidos, a Europa e o Japão estavam pesquisando tecnologias mais avançadas na área de televisão para poderem ofertar ao público telespectador mais realismo no som e nas imagens, criando, dessa forma, um contexto mais sensorial para o conteúdo audiovisual. Dessa forma o Brasil se via pressionado para pesquisar tecnologia de ponta, pois, se não fizesse isso poderia ficar para trás na corrida da exportação de conteúdo audiovisual.

“Havia uma preocupação já que o Japão tinha implantado o MUCÉ num sistema de alta-definição e a Europa falava em adotar um sistema de alta-definição, o Eureka e outros formatos que eles imaginavam, e os Estados Unidos se via pressionado por demanda do telespectador que queriam um sinal de maior

resolução, de maior qualidade, o produtor de conteúdo queria poder entregar conteúdos mais ricos, a caminhar por um sistema de alta-definição e havia uma dificuldade muito grande no mundo analógico para se fazer isso” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

c) Início das pesquisas e dos testes no Brasil – Apologia da iniciativa dos radiodifusores referente aos testes desenvolvidos por profissionais brasileiros.

Em 1994 os engenheiros brasileiros começaram a pesquisar o assunto TV digital. Os Estados Unidos já haviam desenvolvido o padrão ATSC, os europeus estavam iniciando a definição do DVB e o padrão japonês ainda não estava formalizado. A SET (Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão) criou uma parceira com a ABERT (Associação das Emissoras de Rádio e Televisão) e, posteriormente, envolveu a ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) para desenvolver as primeiras pesquisas sobre a tecnologia de TV digital. Através do COM-TV (Comissão Assessora de Assuntos de Televisão), nasce o primeiro grupo formal para dar início às pesquisas sobre a tecnologia que já estava sendo desenvolvida por outros países.

Em 1997, as emissoras solicitaram fazer experiências com os sistemas que estavam em vigências pelo ITU (International Telecommunication Union), nesse momento o Japão já se via em condições de exportar a sua tecnologia. Após inclusão do padrão japonês nas normas do ITU, as emissoras pediram para fazer os testes com os três sistemas. O Norte americano ATSC (Advanced Television Systems Committee), o europeu DVB (Digital Vídeo Broadcasting) e o Japonês ISDB (Integrated System Digital Broadcasting).

“Fizemos os testes, que até hoje são considerados como os mais profundos, e foram base para as propostas que nós fizemos ao ITU sobre metodologia de teste comparativos de sistemas internacionais, que hoje é a recomendação ao ITU sobre comparação, ela nasce com a proposta brasileira, ela é praticamente a proposta brasileira. Eu vejo que esse processo de implantação da TV digital é de grande orgulho para a radiodifusão no Brasil e não só a radiodifusão mas todos os setores envolvidos, eu falo radiodifusão porque o processo iniciou na radiodifusão e talvez o radiodifusor tenha sido o agente mais envolvido durante toda a história” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

d) A escolha do padrão digital – *Aprovação irrestrita do padrão digital adotado no Brasil.*

Após os testes dos três sistemas, as emissoras avaliaram que o padrão japonês de modulação o ISDB, teria mais robustez e adequava-se melhor às intempéries da topografia geográfica do nosso país.

“Se discutiu muito, olha tem que discutir o modelo do negócio, tem que discutir isso e aquilo, porque o radiodifusor tá induzindo, porque alguém tá induzindo. A preocupação nossa e que eu acho que tá a prova de quem quiser checar, o Brasil adotou a tecnologia que está mais em estado da arte e é a mais ampla (...). A plataforma é muito flexível, ela é muito robusta, ela permite, claro que não é uma coisa sem limites, claro que não é uma coisa utópica que você possa pensar, mas para o estado atual do que você tem imaginado de modelos de negócio ela suporta todos e até tem uma certa margem de evolução bastante grande. Eu acho um conforto muito grande um País como o nosso que está se construindo, que está se definindo, que está se rediscutindo” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

e) Convergência das mídias – *Total adesão ao modelo adotado pelo Brasil como perfeitamente compatível com o que há de mais moderno no quesito de tecnologia no mundo.*

Em relação à introdução da TV digital no Brasil, uma das grandes preocupações dos radiodifusores era conseguir a convivência pacífica da migração da tecnologia analógica para a digital. A televisão vai ter que lidar com a bidirecionalidade.

“A tecnologia adotada no Brasil permite que o modelo atual da radiodifusão possa migrar para o mundo digital sem nenhuma dificuldade, fazendo com que a radiodifusão sobreviva a esta época de convergência, essa época de competição, e ao mesmo tempo que esse modelo possa evoluir, possa ser modificado, e outros modelos que venham a ser pensados e criados também terão suporte nesta tecnologia. A grande virtude da decisão é: tecnologia deve ser transparente à vontade e ao modelo de negócio a ser explorado, jamais deveria ser uma tecnologia que induzisse ao modelo a ser praticado” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

Enfoque da Sociedade Civil, representada pelo Coletivo Intervozes:

Diogo Moysés, diretor do Intervozes, enfatizou a indecisão do governo Fernando Henrique, as características das necessidades brasileiras, a valorização do conhecimento em detrimento da produção em escala, as mudanças no Minicom e a missão do Ministro Hélio Costa, a criação de um Fórum para estudar as especificações técnicas da TV digital no Brasil e as preocupações com as consequências sociais a partir da demanda brasileira.

a) Indecisão do governo FHC - Falta de segurança do governo FHC para assumir uma posição mais efetiva na escolha do padrão de TV digital no Brasil.

O Intervozes inicia de forma mais efetiva a sua participação nas discussões da implantação da TV digital a partir do ano de 2003. O Ministro das Comunicações era o Deputado Miro Teixeira, ele assumiu esse posto logo após o início do governo Lula — culminando no primeiro decreto o 4901 de 26/10/03. Na época, o responsável pela Casa Civil era o Deputado José Dirceu.

“Eu acho que foi o primeiro grande ponto de virada, aonde você teve no governo Fernando Henrique de tomar a decisão de no final do seu mandato, não tomar decisão alguma sobre a TV digital no Brasil, ele não teve segurança” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

b) Características da demanda brasileira – Crítica ao modelo adotado em virtude das características do mercado brasileiro em não se adequar a demanda nacional.

O governo Lula revigora a questão da implantação da TV digital no Brasil, fomentando pesquisas sobre os três sistemas que estavam em vigência no mundo e, também, sobre um quarto, o padrão Chinês, na época ainda não homologado pelo ITU. O foco da pesquisa brasileira era a questão da demanda nacional, que diferia radicalmente daquela dos países de alto poder aquisitivo.

“Os EUA está todo cabeado, então a questão da TV aberta lá se não secundária é bastante diferente. O Japão pelo contrário não está todo mundo cabeado mais eles tem altíssima velocidade de Internet, e nós vivemos num país aonde a TV aberta é majoritária, o acesso do cabo está na média dos 12% a TV por assinatura um pouquinho maior e vivemos num país que só 12% das casas tem

acesso a Internet e desses 12% apenas 6% é banda larga, ou seja somos um país desconectado, então isso nos coloca se não uma tarefa diferenciada, mais uma reflexão sobre as nossas necessidades no desenvolvimento dessa nova tecnologia, acho que o grande ponto da virada é esse” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

c) Sociedade do conhecimento – *É mais importante para o país possuir o conhecimento do que a produção em escala.*

Um país que deseja ser soberano deve privilegiar a área de ciência e tecnologia, pois, atualmente, o valor está no conhecimento, não mais na produção.

“Por isso que a gente fala que trazer uma fábrica de Chip para o Brasil é o menos importante, o importante é desenvolver o Chip. Veja os EUA, eles tem pouquíssimas fábricas, eles fabricam na China, mais eles desenvolvem nos EUA” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

d) Troca de cadeiras no Ministério das Comunicações - *Denuncia a interferência da mídia como determinante nos caminhos e descaminhos que a implantação da TV digital no Brasil tomou.*

No ano de 2003 foi criado um comitê consultivo que englobava, governo, empresários e representantes da sociedade civil organizada. Nessa época, o Ministro das Comunicações era o Deputado Federal Miro Teixeira. Entre o período de 2003 a 2005, houve uma dança de cadeiras na pasta do Ministério das Comunicações. Através de uma mini-reforma ministerial, saiu o Deputado Federal Eunício Oliveira e assume o Senador Hélio Costa, que gozava do mandato de Senador da República até o ano de 2011.

“Esse conselho, apesar da sua grande implosão ter acontecido na gestão do Hélio Costa, teve dificuldade de trabalhar desde o início, porque os documentos não eram disponibilizados, enfim ele teve dificuldades de trabalhar durante todo esse período. Você teve a gestão do Eunício que foi uma gestão morna, que não fez a coisa nem avançar e nem retroceder, porque não sabia muito como lidar com isso e você tem o grande ponto da virada que foi a entrada do Hélio Costa, que foi um movimento só, foi a saída do José Dirceu e a entrada do Hélio Costa, foi aquela mini-reforma ministerial e que um homem que não tinha uma relação

muito amigável com a TV Globo que era o José Dirceu. A Globo nunca gostou dele, naquele momento a grande mídia conseguiu tirar o José Dirceu e no mesmo momento entrou o Hélio Costa que aí fica até difícil de caracterizar, hoje eu olho até achando um pouco de graça dessa história, porque não sei até que ponto o governo foi competente em colocar um radiodifusor objetivamente falando eles poderiam ter colocado alguém que tivesse uma relação um pouco mais indireta com a TV Globo e companhia” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

e) A missão do Ministro Hélio Costa – *Aponta as nuances e influências do poder político para direcionar as discussões em consonância com os interesses dos radiodifusores.*

Hélio Costa, então Ministro das Comunicações, tinha diante de si o desafio da implantação da TV digital. Era preciso definir o padrão de modulação (entre os três sistemas pesquisados) e resolver a questão da ocupação do espectro de 6 MHz.

“A gente teve pesquisas desenvolvidas pelo CPqD que fez alguns relatórios, aonde uma leitura minuciosa aponta para a escolha do padrão Europeu e não em favor do padrão Japonês, principalmente por questões de custos e etc. A grande pesquisa vinculada a questão da modulação que é o carro chefe da TV digital ela foi absolutamente desprezada sem ser concluída que foi desenvolvida na PUC do Rio Grande do Sul pelo prof. Fernando de Castro, uma modulação desenvolvida no Brasil que seria uma modulação bastante inovadora, pois ela é toda baseada em software e que foi abandonada sem mesmo ter tido seu relatório concluído, aonde ela estava para concluir seu relatório por volta de Agosto/Setembro e o decreto 5820 foi outorgado em 29 de Junho, assim como outras diversas pesquisas estavam em andamento” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

f) Os passos na Implantação da TV digital – *Aponta a unidirecionalidade das discussões sem levar em conta os interesses dos futuros usuários da TV digital.*

O primeiro passo para a implantação da TV digital no Brasil foi definir a modulação ISDB-T (padrão japonês) como referência. O segundo passo seria trabalhar com as especificações técnicas do middleware.

“Então nós tivemos o abandono da modulação que seria o ‘Motor’ da TV digital, teve em tese uma pseudo escolha em relação ao midlleware que é o sistema operacional que a gente já está vendo que a coisa não vai se concretizar, e a partir do decreto firmado tivemos o momento de trabalhar com as especificações técnicas do sistema da TV digital, seria o que de fato vai compor o conjunto do carro, aonde se a modulação é o “Motor” que foi o que eles escolheram, bom agora qual é a carroceria e o conjunto de acessórios que vão compor esse carro” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

g) Fórum da TV Digital – *Denuncia os estratagemas utilizados para excluir parte dos agentes envolvidos no debate.*

Inicia-se a composição de um Fórum de debates sobre a TV digital, para avaliar as especificações técnicas do novo sistema conhecido como SBTVD-T (Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre). É parte integrante desse Fórum os setores de radiodifusão, recepção, transmissão, academia e software.

“A partir daí o debate se fechou muito na verdade, ele foi muito pouco transparente, porque se formou um Fórum da TV digital, composto só por empresários e uma pontinha da academia, cujo o objetivo era propor as especificações técnicas para a TV digital que seriam aprovados pelo comitê de desenvolvimento, só que para compor esse comitê, além de você ter que ser uma empresa você teria que pagar alguns milhares de reais, então toda a sociedade civil ficou sem acesso ao que estava sendo discutido” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

h) Consequências sociais – *Posiciona-se como crítico da visão técnica que prevaleceu em detrimento dos aspectos políticos e sociais envolvidos no processo.*

A definição das especificações técnicas cria um debate político, pois, dependendo das definições determinadas pelo Fórum, haverá consequências sociais irrevogáveis.

“As especificações técnicas não são apenas técnicas ela tem embutida nelas questões políticas bastante importantes, por exemplo, você obrigar ou não todo mundo carregar o midlleware, conversores ou set top box ou coisa que o valha, é

uma decisão que tem o seu lado técnico mais é política, pois vai todo mundo processar a interatividade ou não? Isso é uma decisão política, a questão dos mecanismos anti-cópia essa é uma questão estritamente política, poder copiar ou não, não tem nada de técnico” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

Uma outra questão técnica que terá desdobramentos econômicos diz respeito ao custo do Set Top Box (o equipamento conversor do sinal digital para o analógico), pois toda a nação brasileira tem em suas residências televisores analógicos. Assim, a migração deve ser feita de forma paulatina e com custos adequados à realidade econômica brasileira.

“E agora tem todo esse debate que foi reacendido em função dos custos dos conversores e do tempo de transição. E, em toda essa história a gente ficou um pouco com aquela sensação do eu não te disse... é como a gente tem se sentido porque durante um grande período tentaram nos taxar como os radicalóides da TV digital e boa parte das questões que a gente mostrava naquela época estão se mostrando agora” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

j) Escala Industrial - *Aponta os erros acumulados durante o processo da implantação em virtude de não propiciar a produção em larga escala.*

As classes sociais A e B já estão conectadas ao universo digital através da Internet e das televisões a cabo ou satélite, esse fato dificulta a escalabilidade de produção dos conversores, pois o consumo do Set Top Box só será feito se, conjuntamente a ele, vierem agregados itens de atratividade, que sejam diferentes daqueles que os telespectadores já possuam. Dessa forma, o ciclo da produção industrial, num processo de inovações tecnológicas, pode possibilitar um barateamento nos custos do produto final.

“A questão de produção de escala a questão de você fechar o círculo de produção industrial de forma coerente para que esse ciclo se feche a necessidade de você ter desenvolvido alguns componentes nacionais para você poder baixar custos, ou seja, está se mostrando verdadeiro agora, basta você ver a questão do processo de escala é aí que vai se dar o processo da transição, uma das coisas que a gente falava é que isso deveria ter sido visto junto com a TV por assinatura. Basta você pensar que a grande defesa da questão da escala industrial é você fazer conversores um pouco mais caros, a classe mais alta compra e começa

baixar o preço, ou seja produção em escala e a classe menos favorecida começa a adquirir. Isso não é uma teoria econômica isso é um fato econômico” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

Enfoque do Telecom:

Um dos respondentes, na condição de representante da indústria de Telecom, pediu para ser mantido no anonimato. O motivo alegado é o fato de manter negócios com o governo federal. Então, ao longo dessa dissertação, seu nome será omitido. Dessa maneira o intitularemos de representante da indústria de Telecom.

O representante da indústria de Telecom expõe a relação consumidor versus indústria, a necessidade do governo valorizar o consumidor, faz um comparativo da transparência dos Telecons na introdução de tecnologia no Brasil e ressalta as questões de responsabilidade social.

a) Consumidor X Indústria - *Concebe que os interesses da indústria foram privilegiados em detrimento do futuro usuário.*

O ponto central é o que está errado em toda a discussão que engloba a TV digital. A análise deve ser feita sempre do ponto de vista do consumidor e nunca daquele da indústria. Se não for assim, quem pagará a conta mais alta, no final, será sempre o telespectador. Essa discussão toda se baseia num paradigma de sucesso da tecnologia GSM no Brasil.

“Na época o Brasil tentava adotar no país um modelo meio elitizado, que seria o modelo de celular norte americano, aonde o modelo de celular norte americano ele tem uma visão essencialmente da indústria, aonde a indústria compete entre si com diversos padrões e vence o melhor padrão. Eu diria é uma visão centrada na tecnologia aonde os ganhos maiores estão centradas na indústria e não do lado do consumidor e nos refletimos muito no passado e vimos que a visão européia era uma visão focada no consumidor”(Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

b) Foco no Consumidor – *Reitera a necessidade de valorizar o consumidor, haja visto os modelos internacionais que atuam em larga escala.*

Numa discussão que envolva alteração de tecnologia, sabendo-se que tal alteração cria impactos para a sociedade, o item mais relevante deve ser uma solução que valorize a posição do consumidor.

“Nós devemos achar meios de gerar uma competição favorável ao consumidor porque um consumidor satisfeito é que vai alavancar toda a indústria e gerar uma satisfação maior em toda a cadeia. Quando você olha depois de 20 anos esses dois modelos você pode perceber que os europeus que estavam muito atrás dos americanos em celular, hoje estão muito a frente, e nós conseguimos transplantar esse modelo para o Brasil numa discussão que foi muito profícua”
(Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

c) Prevaleceu o bom senso – *Entende que o primeiro período (1997–2000) direcionava-se para uma resolução adequada.*

No período de 1997 e 2000, foi realizada uma consulta pública com a ANATEL, para que a indústria de Telecomunicações tivesse uma postura adequada aos anseios do povo brasileiro.

“Através de uma consulta pública da Anatel foi avaliado o que seria melhor para o Brasil, ficar no modelo americano ou ir para o modelo europeu, que naquele momento já tinha sido globalizado, então a discussão foi muito difícil porque nós já tínhamos uma coisa implantada. Mas prevaleceu o bom senso naquela época, porque a discussão era aberta, era pública e era centrada na vantagem para o consumidor. esse era o ponto central, e após vários anos nós vimos a penetração do celular que não é um aparelho muito barato, excepcionalmente alto”
(Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

d) Responsabilidade Social - *Entende que a única opção que pode ser considerada correta é aquela que atende aos interesses do consumidor.*

O governo, juntamente com o órgão regulador, deve privilegiar sempre a posição dos consumidores, são eles os responsáveis pelo contexto social, econômico e cultural do país.

“Devemos centrar qualquer tipo de discussão no consumidor, se você deixar cada ator vai puxar a sardinha para a sua brasa, então é função do órgão regulador do governo ou quem quer que esteja discutindo esse assunto de por o foco no consumidor e deixar os atores debaterem, porque cada um deles tem o seu interesse, e todos os interesses são lícitos. Mas você tem que fazer aquilo convergir em torno do consumidor, se você não fizer isso, você está indo, possivelmente, pelo caminho errado” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

e) Acerto de contas – *Denuncia os truques utilizados pela Rede Globo para alcançar seus objetivos.*

O debate sobre a implantação da TV digital no Brasil foi entremeada por diversos interesses. Cada agente fomentador defende o seu ponto de vista, o seu próprio modelo de negócio.

“A discussão ficou centrada nos interesses dos radiodifusores, e particularmente o objetivo era da TV globo manter seu monopólio, e isso no nosso modo de ver foi a regra de todo o jogo, e se conseguiu uma decisão favorável para a Globo dentro do contexto eleitoral do ano passado, exatamente um pouco antes da eleição se fechou essa discussão. Então isso foi claramente um acerto de conveniências dos broadcasting com o governo federal” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

Enfoque do Governo:

Segundo Ara Minasian, Superintendente de Comunicação de Massa da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), o governo identifica a TV digital no Brasil como um ponto estratégico, transcendendo as questões tecnológicas. Ele classifica os órgãos (Anatel, CPqD) e Ministérios como responsáveis pela escolha do padrão avaliando criteriosamente todos os testes de modulação dos três padrões em debate. Expõe as questões sociais como fundamentais para a definição da escolha do padrão a ser utilizado e coloca o Ministro Hélio Costa como responsável pelo lançamento da era digital no Brasil. Ressalta, ainda, a preocupação com o espectro, que é público e finito.

a) Ponto estratégico para o governo – *Em virtude de sua importância como veículo de informação, a TV digital, para o governo federal, se torna elemento estratégico por excelência.*

O governo federal percebeu que o desafio da TV digital era um ponto estratégico e transcendia uma questão apenas tecnológica.

“Na realidade nós, até 1995, acompanhávamos os trabalhos da TV digital mas depois disso as autoridades do governo entenderam que a questão da TV digital transcendia uma questão técnica e a Anatel era responsável por questões técnicas. Então começou-se a discutir o assunto do ponto de vista político e estratégico e a gente entende que TV digital é uma estratégia” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

b) Responsabilidade dos órgãos competentes - *Posicionam-se como elementos integradores entre os diversos agentes envolvidos na implantação da TV digital.*

A Anatel iniciou sua convivência com a TV digital a partir de 2001. Assumiu a responsabilidade de acompanhar todos os testes de modulação de sinais desenvolvidos pela SET, e o CPqD.

“Em 2001, quando eu entrei nessa área vi algo muito positivo que tinha sido feito algo que cito em todas as minhas apresentações. Primeiro, para construir qualquer coisa uma pessoa pode ter a idéia, mas quando se tem um trabalho em grupo e o grupo está afinado os resultados são muito maiores. Então não existe esse ‘eu fiz’, ‘eu acho que não’; é algo que o País fez. Porque eu falo isto? Quando eu cheguei na área encontrei um trabalho que tinha sido feito pelo grupo especialmente da Set, que é um grupo de radiodifusão, e naquela ocasião os radiodifusores, com o acompanhamento da Anatel e mais do CPqD, que não podemos tirar o seu valor, eles tinham feito um trabalho que era o de verificar o comportamento de cada um dos sistemas do ponto de vista da modulação” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

c) Testes de modulação - *Reitera o acerto na escolha do padrão digital japonês em perfeita sintonia com a posição assumida pela Anatel conjuntamente com o CPqD.*

Após os testes de modulação dos sistemas norte-americano, europeu e japonês respectivamente, a Anatel, conjuntamente com o CPqD, fez uma avaliação positiva da faixa de modulação COFDM — utilizada no padrão japonês, em contradição a 8VSB do padrão americano. Além disso, a Anatel ressaltou o cenário de TV digital como uma questão estratégica por trás da escolha do padrão digital.

“O grupo Set/Abert, especialmente SET, desde o início em 2001 ela considerou que o melhor sistema era uma modulação COFDM e que o sistema japonês lhes atendia porque ele tinha alta definição e definição standard. Quando a Anatel juntamente com o CPqD foi em campo nós ratificamos o resultado observado em campo pelas emissoras e nós nunca tivemos dúvida de que a modulação COFDM era melhor do que a modulação 8VSB. Então, dentro da transparência, a agência colocou o resultado de tudo isso aí em consulta pública e além disso, a Anatel naquela ocasião, em 2001, disse o seguinte: “eu estou vendo aqui um cenário ou questões estratégicas por detrás da escolhas deste padrão. Então o Brasil poderia tirar também algum proveito em termos de país ao introduzir essa tecnologia” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

d) Bandeira do governo Lula – *Justifica a etapa de lançamento do set top box para as classes de melhor poder aquisitivo como necessária e imprescindível para o sucesso do empreendimento.*

A bandeira do governo Lula sempre foi de preocupação com a questão social, sendo assim, nós temos que desenvolver uma tecnologia que deve ser subsidiada pelas classes mais favorecidas e, posteriormente, seguirá a massificação através das classes D e E.

“Além disso, tem o aspecto mercadológico envolvido e que a TV digital só teria sucesso se o custo dos equipamentos fosse acessível. E aí encomendamos junto ao CPqD outro estudo muito interessante que também foi publicado no site mas pouco valor se deu, e toda vez que você introduz uma nova tecnologia você sempre tem a classe ‘A’ que recorre a esses serviços, depois disso você tem uma massificação do serviço e essa massificação faz com que o custo dos equipamentos começa a cair e aí ele se torna acessível. E o sucesso de um empreendimento ocorre quanto mais cedo a sociedade optar por aquela vertente, porque se a sociedade não optar não tem jeito você terá de buscar outra solução.

Porém, nós estamos num governo que se preocupa com o lado social, e aliás todos eles deveriam se preocupar. Mas isso não quer dizer que você vai introduzir uma tecnologia excluindo uma classe, isso jamais pode estar na cabeça de alguns, ou você acha que vai introduzir uma tecnologia começando pelas classes D e E; alguém tem que pagar a conta, então ou essa tecnologia começa a se tornar mais cara para as classes A e B para suportar um subsídio que existiria ou você fomenta, começa por cima e depois vai embora”

“Você vê que hoje essa discussão está presente quando o governo discute quanto vai custar o set-top-box. Então tem gente que disse que o set-top-box ia sair por R\$ 100,00 no entanto quando os primeiros números apareceram a R\$ 400,00 e R\$ 500,00 assustou as autoridades. E agora estão dizendo que tem alternativas e tudo” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

e) Anatel versus padrão Norte-Americano – *Justifica a não adoção do padrão Norte-Americano em virtude de sua não adequação integral às necessidades características da sociedade brasileira.*

Após todos os testes com o padrão Norte-Americano, a Anatel concluiu que esse sistema era o menos adequado à realidade brasileira. Levando em consideração as questões socioeconômicas e, também, a topologia geográfica do país.

“Nós colocamos todos esses documentos em consulta pública e nós vimos uma reação muito forte dos europeus e principalmente dos americanos que disseram que estes testes estavam errados e que estes testes foram feitos em horários que beneficiaram os outros sistemas, enfim avocaram uma série de alternativas ligadas ao meio-ambiente para tentar desviar do ângulo da questão. Porém, ficou evidente desde o início que o sistema americano como ele tem um ambiente operacional diferente da situação do Brasil, isto é, 83% da população americana em 2001 tinha TV paga em casa e assistia a TV aberta pela TV paga e apenas 15 a 17% recebia a TV pelo ar, portanto, isso mostra que eles operam com antenas externas; no caso do Brasil como a TV tem uma penetração fantástica e a nossa pirâmide é invertida, 10% é TV por assinatura e 90% é TV aberta, tirando fora o lado da miséria, isso mostra o papel da televisão e mostra que você não pode

ignorar essa camada da população que terá que continuar assistindo a sua TV, quer seja TV digital quer seja TV analógica, e um dia tornar o nosso sonho que é tornar esse pessoal incluídos digitalmente, se é que essa palavra existe. Então os americanos montaram tudo isso baseados nessa condição, portanto eles não tinham a questão da robustez do sinal. Aqui como é um trabalho com antenas internas, quando a gente passa em frente a uma antena interna que usa o sinal americano a tela fica preta imediatamente” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

f) Anatel versus padrão Europeu - *Justifica a não adoção do padrão Europeu em virtude de sua não adequação integral às necessidades características da sociedade brasileira.*

Por necessidade de resolver problemas de inchaço no espectro, os europeus optaram pelo sistema SDTV e otimizaram o seu espectro radioelétrico, e, por esse motivo, abdicaram da qualidade HDTV.

“Já o problema do europeu era o espectro saturado. Então eles precisavam criar novos canais. Qual o embasamento do sistema europeu? A modulação é perfeita, eles usaram a modulação COFDM igual a dos japoneses, o japonês pegou essa modulação e ainda segmentou, mas a base é a mesma. E aí partiram do seguinte pressuposto: está faltando canal para mim então eu tenho que gerar incentivos e o que eu faço? Simples. Eu chego para cada operador e lá na Europa, por exemplo BBC uma estatal, eles queriam introduzir a iniciativa privada aqui no Brasil, você tem a iniciativa privada fazendo a nossa televisão, então eles pegaram um espectro de seis mega e fatiaram o espectro em quatro canais, que aí seria modulação standard, e disseram para cada operador que tinha o sistema analógico “você vai ter o teu canal digital e vou te dar um como bônus, você vai ter um segundo canal, você vai fazer multi-programação, e eu no espaço complementar vou colocar mais um operador novo”. Então esse foi o conceito do Europeu. Porém, novamente na Europa aonde se residia o problema? Na aceitação disso, na forma como ele foi introduzido e o custo do set-top-box” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

g) Vantagens do padrão Japonês – *Posiciona-se favoravelmente ao modelo japonês pela possibilidade de integrar elementos tanto do padrão Norte-Americano como o do Europeu.*

O padrão japonês, o último a ser introduzido na discussão da TV digital, acabou levando vantagens sobre os sistemas Europeu e Norte-Americano. Pois, ele pôde avaliar o tipo de tecnologia que cada sistema utilizava e pôde aproveitar o que havia de melhor em cada um dos sistemas já existentes, desenvolvendo-se otimizada.

“Veio o japonês e este foi o último a entrar no mercado, e quem entra por último entra com vantagem. O que é que ele viu? Americano privilegiando a alta definição porque ele tinha que concorrer com o serviço pago, então tinha que ter algo de qualidade. Na Europa a modulação COFDM que permite mobilidade e portabilidade. Então eu vou pegar o bom de cada um deles. Então eu pego a modulação COFDM e como eu tô buscando acesso aos equipamentos portáteis eu vou dar uma robustez a esse sinal, por causa disso que ele segmentou, e no meio dessa segmentação de 13 canais o canal do meio teve a modulação modificada para ganhar uma certa robustez, e privilegiou a alta definição. Portanto ele diz, eu tenho alta definição, eu tenho definição standard, eu tenho mobilidade e portabilidade e eu resolvi o problema” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

h) Escolha do Padrão - *Enuncia os aspectos favoráveis presentes no padrão escolhido comparativamente a eficiência dos padrões utilizados pelo resto do mundo.*

O comitê de desenvolvimento escolhe o padrão de modulação japonesa em junho de 2006. Os outros sistemas pesquisados são preteridos, pois o japonês é considerado tecnicamente mais adequado para o Brasil.

“Em 2005 o comitê de desenvolvimento, que é composto de Ministros e liderado pelo Ministro Hélio Costa, mergulha no assunto e sai a decisão em junho de 2006 quando o Brasil escolhe o sistema de modulação japonês e escolhe também a questão da portabilidade e da mobilidade e também fala um pouco sobre o middleware. Mas o middleware ainda é uma discussão, não no Brasil, mas no mundo; porque quando se vai para os EUA você tem o middleware ACAP (Advanced Common Application Platform), a Europa começou com um mas depois partiu para MHP (Multimedia Home Platform) e o Japão, ARIB (Association of Radio Industries and Businesses). Então você vê o seguinte: todo mundo começou com a TV digital sem a interatividade, porém ela é hoje algo inerente e necessária. E o Brasil foi mais longe, como viu que agora existe uma

compactação que sucedeu o MPEG-2 e começou a se tornar já um padrão internacional porém ainda sem escala. Então foi natural e uma decisão sábia do governo dizendo o seguinte: ‘já que vou introduzir uma nova tecnologia eu incorporo nela o que há de mais moderno porque com o tempo ela vai se massificar e ela vai se tornar acessível para qualquer cidadão’. Decisão acertada de partir para o MPEG-4; os resultados mostram aqui que foi uma decisão acertada” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

i) Middleware o coração da TV digital - *Ressalta que o consumidor terá a possibilidade de escolher o set top box de acordo com seus interesses.*

Um dos aspectos de maior relevância na era da TV digital é o middleware (camada do meio). Sua função básica é operacionalizar a interatividade, seja ela local ou plena.

“Middleware, eu acho que essa questão precisa ser melhor avaliada. Está se discutindo funcionalidades plenas porque, claro, se você não diz para o mercado o que você quer então você vai gerar um set-top-box que vai comportar o middleware ‘A’ mas quando ela vai para o middleware ‘B’ e o A e o B não se falam então você vai ter que trocar de set-top-box?! Então é mais fácil você prever o pleno e dizer o seguinte: ‘aqueles que não querem a interatividade toda que compre um middleware restrito” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

j) Marco da TV digital no Brasil – *Acentua a pertinência da escolha do padrão japonês. Era preciso decidir, e a decisão do Ministro Hélio Costa foi acertada.*

A entrada do ministro Hélio Costa foi fundamental para termos a escolha do padrão de TV digital, pois ele abraçou a causa e definiu o sistema. Se não tivesse sido feito dessa forma, ainda estaríamos discutindo tecnologia e não o problema da operacionalização do sistema.

“Esse marco de 2004 do ministro é importante porque se alguém não abraçasse essa questão até hoje nós estaríamos discutindo se era o padrão A, B ou C. E o pior é o seguinte é que esses padrões americano, europeu e japonês estariam na mesma situação ainda hoje. Então eu acho que esse é um mérito que nós não

podemos ignorar” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

K) De olho na faixa espectral – *Antevê o sucesso da implantação da TV digital como bastante provável, mesmo que atualmente as condições ainda não sejam as ideais.*

Todo lançamento de uma tecnologia deve ser subsidiado pelas camadas mais favorecidas, pois, se o televisor digital tiver escalabilidade, sua tendência é chegar ao custo de um analógico e as classes menos favorecidas terão condições de adquiri-lo. O esforço para a introdução da TV digital no Brasil deve acontecer o quanto antes, pois, dessa maneira, poderemos diminuir o tempo de *simulcat* e ainda reutilizarmos, em outras operações, as faixas de VHF devolvidas para o governo.

“O sucesso da TV digital vai depender muito do custo dos equipamentos. Quando eu vejo os números em que o pessoal mostra que hoje grande parte da população, mais que 70%, tem equipamentos de 25, 26 e 20 polegadas e tem gente ainda que, um contingente de não sei quantos por cento, tem equipamento de 18 polegadas, eu pergunto o seguinte: ‘que benefícios vão enxergar este grupo que tem esses equipamentos?’. A primeira vista pode ser que alguém diga o seguinte: ‘Poxa! Estão impondo uma tecnologia digital e estão encarecendo o custo para eles’. Mas num primeiro momento isso talvez seja interessante, seja verdadeiro; pode ser que num segundo momento não porque quando você massifica os televisores digitais automaticamente você vai fazer com que o custo de um televisor digital seja o mesmo do que um televisor analógico de 18 polegadas. Então a população teve benefício? Sim. Então pode ser que o benefício não seja imediato. Mas volto a dizer o seguinte: ‘todo mundo nesse momento tem que se esforçar para acelerar a introdução da TV digital’. Se essa aceleração acontecer, e eu acho que tem tudo para acontecer, você vai primeiro encurtar esse período da transição de dez anos; em segundo, olhando do ponto de vista de estado e agência eu consigo reverter esses canais para outros usos ou até grande parte desses canais podem voltar para outro setor de radiodifusão, e a gente pode falar em rádios e TVs independentes e TVs comunitárias, enfim, eu vejo um mercado. Agora isso tem de ser feito de uma forma concatenada e de uma forma ordenada” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

Enfoque da Academia:

O professor livre-docente da Escola Politécnica da USP Marcelo Zuffo, ressalta a preocupação com um desenvolvimento de tecnologia nacional, fazendo uma análise sobre a guerra das indústrias presentes na discussão da TV digital no Brasil. Aponta, ainda, a necessidade de termos uma política industrial que vise o comércio exterior. Classifica o Fórum de TV digital como sendo um local de discussões que validam apenas as opiniões dos radiodifusores, faz uma comparação com a ética que rege o debate em outros locais — Europa e Estados Unidos, respectivamente —, expõe a coincidência de que, justamente, num ano eleitoral tenha sido feito a escolha do padrão de TV digital brasileira e, finalmente, destaca a necessidade da sociedade civil estar mobilizada e participando dos debates que envolvem a TV digital no Brasil.

a) Desenvolvimento de tecnologia nacional – *Coloca-se na posição de defensor das pesquisas e desenvolvimento de tecnologia nacional.*

O principal foco do trabalho sempre foi defender o desenvolvimento de uma tecnologia nacional, possibilitando, dessa maneira, que nosso país tenha uma indústria de base tecnológica forte, capaz de gerar um domínio maior sobre esse setor da atividade econômica.

“Os nossos trabalhos iniciam-se em 1996 com testes de transmissão do padrão MPEG-2 em alta definição. A TV digital no Brasil é uma história longa, de quase dez anos, e eu sempre fui um defensor da importância do desenvolvimento de uma tecnologia nacional e foi com esse intuito que todo o meu interesse é norteado, a possibilidade de se ter componentes essenciais desse processo de TV digital com o domínio tecnológico e científico brasileiro. Isso poderia criar as bases virtuosas de uma indústria de base tecnológica, geradora de emprego e que nos propiciasse o domínio de algum setor de atividade econômica” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

b) TV digital versus Indústria eletro-eletrônica - *Enfatiza a qualidade discutível dos produtos da indústria de eletroeletrônica nacional, decorrendo daí a sua não condição de cooperar no sentido de auxiliar uma cadeia produtiva.*

O processo da implantação da TV digital no Brasil ergue a bandeira da renovação da tecnologia industrial, porém, toda a indústria de eletro-eletrônica se mostra contrária a essa manifestação.

“O processo de TV digital é carregado por um contraponto que foi o processo recente da estabilização da nossa economia que criou um contraponto entre a nova e a velha indústria. Ao mesmo tempo nós temos uma indústria de complexo eletro-eletrônico obsoleta, defasada tecnologicamente que é reativa a todo esse processo de TV digital, ela é contra alta-definição, é contra MPEG-4, ela é contra qualquer proposta de inovação porque inovação vai contra os seus interesses econômicos estabelecidos, é uma indústria de imagem, é uma indústria de contrabando, é uma indústria do cinza, é uma indústria que oferece ao consumidor brasileiro uma tecnologia obsoleta sob o argumento de ser obsoleta pelo baixo custo e portanto acessível à população” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

d) Tecnologia nacional versus política de comércio exterior – *Entende que nessa nova realidade econômica, o desenvolvimento de tecnologia nacional é fator contributivo para o desenvolvimento do nosso país como um todo.*

Com a Introdução da TV digital no Brasil, cria-se uma situação de política de desenvolvimento de tecnologia nacional que deve estar inserida numa política de comércio exterior.

“O cenário do Brasil passa por uma economia estável que oferece uma condição de eficiência econômica maior em que você não pode ganhar mais com margem ou mamata, qualquer subterfúgio econômico para ganho financeiro. Uma economia estável evidencia a necessidade de uma sociedade engajada num ciclo de inovação para poder ganhar margem à distância que você tem dos seus concorrentes ao lançar produtos no mercado. Concomitante com isso cria-se no Brasil uma situação de se desenvolver uma política afirmativa de desenvolvimento tecnológico inserida numa política de comércio exterior chamada PTCE (Política e Tecnológica de Comércio Exterior) que estabelece como pilar a TV digital e a partir disso todo um processo decisório que celebre aí o papel político desses interesses” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

e) Fórum de TV digital – *Analisa a participação dos diferentes agentes e a correlação de forças que se estabelece no Fórum de TV digital no Brasil.*

Foi constituído um Fórum para se discutir o modelo de TV digital a ser implantado no Brasil, porém, o maior dos representantes é o radiodifusor, interessado, sobretudo, em manter seu “*status quo*”.

“Há um fórum hoje constituído em que a participação é muito proporcional ao peso que esses partícipes tem ou seja, do ponto de vista político; você vê que evidentemente a radiodifusão tem a maior participação no fórum. Se você pegar proporcionalmente dá para ver a participação de cada setor: a radiodifusão tentando preservar o seu ‘status quo’ como segmento de mídia; a indústria de eletro-eletrônico; a indústria de transmissores; a indústria de software; a universidade, representada por universidades públicas e privadas com interesses econômicos associados; e finalmente o consumidor que não tem representação nenhuma, o que é um desastre para todo o processo, o fato do Brasil não ter tido ainda sociedades que defendam os interesses dos espectadores” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

f) Ética no debate da TV digital – *Concebe que para haver verdadeira ética, é preciso que nenhum dos setores da sociedade seja excluído dos debates.*

Nos Estados Unidos e Europa há uma conduta ética nas discussões que envolvem a sociedade civil, deixando de favorecer apenas um único agente fomentador da TV digital, como ocorreu no caso brasileiro, que direcionou o debate em prol dos radiodifusores.

“Diferentemente do que ocorre nos EUA e na Europa, onde existem sociedades fortes que representam de forma transparente os espectadores, o que acaba coibindo esses desvios de conduta do radiodifusor na exibição de produto em horário inapropriado, na exacerbação da qualidade em prol da audiência. Há um embate claro entre os provedores e consumidores há claramente no fórum um grupo da sociedade acostumado a consumir tecnologia de fora então quando se fala de um sistema brasileiro baseado no japonês, é toda uma retórica de facilitação dos modelos de turn key e infelizmente nós como neo-colonizados estamos absolutamente acostumados a aceitar; e existe um outro grupo que entende que pode ter oportunidades econômicas ou tecnológicas e incorporar a

sua tecnologia ao sistema” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

g) Ano eleitoral concomitante a decisão do padrão de TV digital – *Ressalta a importância do ano eleitoral como decisivo em relação às decisões tomadas.*

Não considero uma má decisão a escolha do padrão de TV digital, o que percebo é que houve uma coincidência: era um ano eleitoral no nosso país.

“Eu não sou pessimista, vejo muitas oportunidades. O que existe é muita torcida, muito jogo, de repente o processo de debate tecnológico foi contaminado pelo processo econômico e pelo processo político num ano em que infelizmente a decisão coincidiu com um ano de transformação política e vai demorar alguns anos para que a reflexão venha com toda a serenidade necessária, mas eu não considero assim uma má decisão” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

h) Participação efetiva dos telespectadores no debate sobre a TV digital – *Critica a não participação dos telespectadores, embora estejam presentes grupos que se denominam representantes da sociedade civil.*

O Brasil escolheu uma tecnologia preponderante, porém falta existir, no Fórum de TV digital – além dos radiodifusores, das indústrias e das universidades públicas e privadas –, a participação dos telespectadores.

“O Brasil decidiu por um acervo tecnológico preponderante e nós estamos tendo um aprendizado de como é conviver juntos, a radiodifusão, a indústria representada pelos vários setores e minoritariamente, com ênfase no minoritariamente, a universidade que poderia representar o interesse do consumidor ou do cidadão, mas como há vários interesses na própria universidade de natureza comercial eu sinto que faltaria no fórum de alguma forma a representatividade do espectador e nenhuma sociedade, esses movimentos sociais que surgiram – o próprio Intervozes – representa o interesse do espectador; alguns movimentos são movimentos de jornalistas, de pessoas de comunicação. Eu acho que falta nesse espaço a representatividade do espectador

e talvez o Brasil tenha que construir isto” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

i) Representatividade da sociedade civil – *Enfatiza como fator determinante de cidadania, em relação à implantação da TV digital, os interesses dos telespectadores.*

Deve haver maior respeito com o consumidor na hora de apresentar uma nova tecnologia, porém, isso só acontecerá quando houver uma maior representatividade da sociedade civil nos Fóruns que promovem o debate acerca da TV digital.

“Nosso consumidor é extremamente desrespeitado no ato da compra do televisor porque ele não sabe o que está comprando. O Procon logo vai começar a levantar essa bandeira, mas se nós tivéssemos uma sociedade representativa dos interesses do espectador isso poderia mudar. Então eu acho que não tomamos uma decisão ruim, mas uma decisão que tem de ser construída a cada dia” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

Enfoque da Indústria Eletro-eletrônica:

Morris Arditti, vice-presidente da Gradiente Eletrônica S.A., discorre sobre o embate entre os radiodifusores e a indústria de eletro-eletrônica, marcante no início das discussões sobre a TV digital no Brasil. Posteriormente esclarece a aliança estratégica que se desenvolveu, ao longo do processo, entre os dois agentes fomentadores, deixa claro também que a definição da escolha do padrão japonês foi feita pelos broadcasting. Contudo, mostra-se aliviado com essa escolha híbrida nipo-brasileira, porque, se não fosse assim, a indústria nacional teria que concorrer com os *lobbys* das estrangeiras.

a) Embate entre a indústria e os radiodifusores – *Elogia a presença dos representantes da indústria de eletroeletrônicos nos debates, fato que não havia jamais ocorrido.*

Ao longo de trinta e cinco anos nunca a indústria de eletro-eletrônica tinha sentado para debater o assunto televisão, sempre foram os radiodifusores a decidirem a cadeia produtiva do seu segmento.

“Antes do decreto, nós, em termos de indústria, fomos muito pouco envolvidos. Eu até costumo dizer que nos meus 35 anos de carreira essa é a primeira vez que eu sento, porque a televisão alguém transmite e alguém recebe, e esses dois setores nunca sentaram juntos, pelo menos aqui no Brasil. E agora com o negócio da TV digital é a primeira vez que se senta juntos e conversa-se e negocia-se e fazem os compromissos no sentido de ceder ou deixar de ceder nesse sentido aí em torno das especificações. Porque se é um setor só que vai definir a especificação ele define do jeito que é bom para ele e o resto que se vire para se adequar” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

b) Aliança estratégica – *Ressalta as alianças estratégicas como elemento significativo na implantação da TV digital no Brasil.*

Com o início das discussões sobre TV digital no Brasil, cria-se um processo de debate entre os radiodifusores e a indústria eletro-eletrônica, tendo, inclusive, subsídios da academia, que se responsabilizou pelas pesquisas de campo, fazendo, inclusive, os testes dos diferentes sistemas de TV digital desenvolvidos no mundo.

“E agora com o negócio da TV digital é a primeira vez que se senta juntos e conversa-se e negocia-se e fazem os compromissos no sentido de ceder ou deixar de ceder nesse sentido aí em torno das especificações. Porque se é um setor só que vai definir a especificação ele define do jeito que é bom para ele e o resto que se vire para se adequar. E agora com esse processo da TV digital e isso depois do decreto os atores foram convidados para se reunir e debater o assunto. Então eu posso dizer com toda a certeza que essa especificação nasceu ou está nascendo com a participação dos dois setores mais importantes que é o que transmite e o que recebe, com o subsídio da academia que teve um papel muito importante na hora de fazer a seleção e o estudo entre os vários sistemas que estavam sendo propostos, e também através dos consórcios depois aportar as inovações brasileiras. Então eu acho que é uma experiência realmente única” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

c) Escolha definida pelos radiodifusores – *Esclarece que, embora a decisão da escolha do padrão da TV digital tenha partido dos radiodifusores, tal decisão foi acertada.*

Na verdade a escolha do padrão japonês foi feita pelos radiodifusores, inclusive defendendo essa preferência junto ao Ministério das Comunicações.

“Na verdade esse processo aí foi conduzido pelas emissoras e foram elas que fizeram seus estudos, escolheram o sistema japonês, apresentaram a sua preferência para o Ministério das Comunicações e este chegou até a dizer “olha é esse que vai ser o sistema”, depois o governo acabou pegando isso nas mãos e falou “Não. Não é bem assim. Vamos olhar um pouco isso porque tem outros que estão reclamando. Vamos ver se é isso mesmo”. E fizeram os estudos e aí acabou se revelando que era isso mesmo, que as emissoras estavam certas. Mas não foi um processo que começou democraticamente. Foi uma pré-escolha de um determinado setor que acabou sendo referendado pelos demais. Quer dizer tiveram a sorte de acertar porque podiam ter errado, poderia não ter obtido o mesmo desfecho” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

d) Preocupação da Indústria eletro-eletrônica - Reforça o acerto na escolha do padrão digital em razão de sua flexibilidade e adaptabilidade às condições brasileiras.

A maior preocupação da indústria eletro-eletrônica diante da implantação da TV digital no Brasil era o governo escolher um sistema puramente estrangeiro, pois teríamos alta concorrência na produção dos *set top box*.

“O que faz uma diferença mais fundamental é o sistema ser algum existente tal qual ou ser um sistema novo ou adaptado, isso sim faria uma diferença. Eu explico: se fosse puramente japonês, puramente europeu, ou puramente americano, tanto faria, pois a indústria brasileira iria fazer os receptores, mas iria sofrer uma concorrência daquelas empresas que já atuam com produtos nesse tipo de sistema. Ao escolher um sistema brasileiro ou qualquer um dos outros três com adaptações brasileiras isso acabou tirando a vantagem que as empresas de fora tinham no processo” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

e) Indústria nacional versus lobby estrangeiro – Segue enfatizando o acerto da escolha com base nos interesses da indústria eletro-eletrônica nacional.

A compressão H.264 (MPEG-4) faz com que todos da indústria eletro-eletrônica nivelem-se no mesmo patamar, pois, se não fosse escolhido o padrão nipo-brasileiro, a indústria nacional perderia para os “lobbys” dos europeus (com DVB) e dos americanos (com ATSC), uma vez que eles já teriam para pronta entrega os decodificadores.

“Estou falando sobre a utilização do middleware e a definição que seria a compressão H.264, porque o H.264 não é uma coisa que é padrão de indústria ainda, então isso fez com que todas as empresas se lançassem numa corrida para desenvolver produtos, ninguém tirou da prateleira. Enquanto que se fosse DVB a Phillips já estaria pronta e ela estava fazendo lobby pelo DVB por essa razão. Agora se fosse ATSC a LG que é dona Zec, que comprou a Zen que foi uma das que definiu o sistema norte-americano, também iria imediatamente tirar da prateleira. Então a gente escolhendo o japonês não favoreceu o japonês porque teve essas inovações brasileiras aí que foram colocadas e acabou nivelando todas as empresas por um ponto de desenvolvimento mais ou menos similar entre elas”
(Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

3.2.2 Posição em relação a promulgação do Decreto 5820/06

Questão proposta: Gostaria que você discorresse sobre a promulgação do decreto lei 5820, apontando sua pertinência (ou não) em relação à implantação da TV digital no Brasil?

Enfoque do Radiodifusor:

O radiodifusor Roberto Franco (presidente da SET e diretor de tecnologia do SBT) posicionou-se favoravelmente ao decreto 5820. Ele considera que esse permite a migração da plataforma analógica para digital. Destaca, ainda, a postura ética do governo ao permitir amplo debate sobre o tema. Considera que não deve haver mudança no decreto em relação à TV pública e ressalta a postura acentuadamente democrática do governo Lula.

a) Favorável ao decreto 5820 - *Manifesta total aderência ao decreto, enfatizando o papel orientador e democrático do governo Lula.*

O decreto 5820 está adequado para a realidade brasileira. É inovador e democrático, delega à sociedade a responsabilidade de definir a escolha do padrão digital. O governo Lula, por intermédio do Fórum, fomentou ampla discussão acerca do tema.

“Eu acho que o decreto ta por mais do que adequado e mais o governo Lula mostrou maturidade, mostrou uma capacidade de inovação muito grande. Pela primeira vez no Brasil o governo entregou à sociedade parte da responsabilidade de definir o seu próprio caminho, quer dizer o governo não abriu mão do seu papel orientador, não abriu mão do seu papel de arbitrar, de mediar a discussão, nem de sua competência de definir, mas permitiu e incentivou a criação de um fórum aberto para que este fórum, onde estão presentes todos os principais atores envolvidos no processo, para que se sentem, para que discutam e para que proponham os caminhos, as especificações do próprio sistema.”

“Na TV comercial eu Roberto Franco sou favorável, eu acho que o decreto 5820 foi baseado em permitir ao radiodifusor migrar a sua plataforma analógica para digital conservando o serviço, a natureza do serviço, então eu acho que os preceitos dessa natureza dos serviços devem ser mantidos para que você esteja realmente adequado a isso. Eu acredito que deva ser criado uma sessão muito clara para a TV pública que não vive de receitas comerciais, quer dizer ela não está calcada no modelo publicitário pelo contrário ela está muito mais calcada numa demanda pública então ela deveria estar aderente as demandas sociais projetos, aliás as demandas da TV pública deveria estar inteiramente focada na demanda do projeto pela saúde, educação, que ai já não é da TV pública e sim da TV estatal, quer dizer a TV pública e estatal deveria estar muito focadas na demanda das necessidades sociais, como também a TV comercial deve estar atento as demandas sociais, mas também de olho no modelo do seu serviço”
(Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

b) Ética na condução dos debates – *Ressalta a transparência e integração de todos os envolvidos que puderam opinar livremente, num clima de discussão de idéias e construção de consensos.*

Com a criação de um fórum para debater a implantação da TV digital, todos os agentes envolvidos puderam manifestar livremente as suas opiniões.

“Essa discussão alongada, profunda e diversa, mas feita dentro de um ambiente de respeito, dentro de um ambiente transparente de discussão de idéias e de construção de consensos, eu acho que além dela promover uma boa solução ela promoveu o clima suficiente para que a sociedade não-governamental mas envolvendo TVs públicas e até TVs estatais e comerciais, quer dizer, o próprio setor envolvendo indústrias de transmissão, indústrias de recepção, academia, que aliás é o único fórum que a academia está diretamente envolvida se comparar com a ATSC, DVB e o SBTVD, é o único que tem uma presença formal da academia, formal e representativa. Então, a indústria de software, a indústria de recepção e a indústria de transmissão, a academia e radiodifusores tem uma interlocução direta com o governo como propositores e guardiões de um processo de implantação e construção da TV digital no Brasil” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

c) Não há necessidade de mudanças no decreto - *Afirma que as discussões conduziram para aquilo que é melhor para todos os envolvidos, visto que todos saíram ganhando.*

Apesar dos diferentes interesses envolvidos na discussão, esses foram satisfatoriamente contemplados, visto que os anseios dos envolvidos no processo de implantação da TV digital no Brasil foram razoavelmente atendidos. Por isso, inclusive, não há necessidade de alteração no decreto.

“E essa relação de confiança só foi criada em cima de uma discussão onde se mostrou que apesar de ter interesses envolvidos ela sempre foi discutida pelo melhor para o País. Pelo melhor para o consumidor, pelo melhor para o telespectador, quer dizer, essa discussão alongada e profunda foi suficientemente grande para dar provas de que certos mitos, de que certos tabus, ou certos preconceitos de achar que os interesses às vezes eram interesses não defensáveis se mostram ao longo dessa discussão que se discutiu o tempo todo pelo melhor. Com olhares divergentes, com olhares distintos, mas que geram uma solução, que geram uma decisão muito rica e que o Brasil como um todo pode se orgulhar e eu acho que isso cria o clima pra que governo e sociedade se atribuam confiança mútua de trabalhar conjuntamente e que é um trabalho novo no Brasil, um trabalho recente” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

d) Postura democrática do governo Lula - *Compara as ações dos governos anteriores com as do Governo Lula, ressaltando o livre debate de idéias permitido por este último.*

No passado, as decisões estavam centradas exclusivamente no governo. Contrariamente a esse procedimento, o governo atual, caracteristicamente democrático, delega a sociedade o poder de tomar decisões que repercutem em todas as esferas da população.

“Antigamente era muito mais fácil você tentar pegar a idéia que você quer defender e de alguma forma fazer essa idéia ganhar a simpatia de algum ponto do governo e que no fim ela se torne a decisão, quer dizer ela era um caminho natural, é aquela figura quase que familiar em que você pede e tenta convencer num processo em que só alguém toma a decisão. Não! Hoje as decisões são discutidas, são aprofundadas, são debatidas, as decisões são construídas e os recursos são ouvidos. É um processo complexo, dinâmico, mas muito rico. Ele sempre vai levar o Brasil, se a gente continuar nesse caminho, à decisões cada dia mais ricas, porque elas são tomadas dentro de diversos pontos de vista com a contribuição intelectual de muitos mapas mentais totalmente distintos e quando você tem a solução ela geralmente consegue atender a uma gama muito mais ampla de demanda” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

Enfoque da Sociedade Civil, representada pelo Coletivo Intervozes:

Diogo Moysés, diretor do Intervozes, enfatizou possíveis ilegalidades na concessão descrita pelo decreto 5820/06. Dividindo em etapas de privilégios, desde a multi-programação, passando pela interatividade que ficou exclusiva para a indústria de Telecom até o espectro, que é público e finito.

a) Ilegalidade na concessão digital - *Concebe o decreto 5820/06 como contraditório e ilegal, sobretudo ao focar a questão do canal, ao invés da programação.*

Hoje é politicamente impossível reverter a questão do padrão japonês. Com relação ao decreto, existe uma ilegalidade: a consignação do canal adicional em 6 MHz para cada radiodifusor.

“O decreto ele é contraditório por si mesmo, porque ele diz que vai consignar 6 MHz para o radiodifusor prover o mesmo serviço que ele provem hoje, só que a gente sabe que estes 6 MHz digitais a gente pode prover outros serviços para além da questão da interatividade, a nossa legislação diz que não é permitido nenhum concessionário ter mais do que uma concessão por localidade e a nossa concessão de 1962 se refere a uma programação. Eles tentaram jogar a questão de canal ao invés de programação, mais o que vale no direito é a intenção do legislador e a intenção do legislador foi dizer que não se deve ter mais do que uma programação por localidade e agora eu digo que pode-se fazer multi-programação e dou 6 MHz para o radiodifusor” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

b) A multi-programação - *Acusa o decreto de atender aos interesses da TV Globo, voltado para manter o mesmo modelo de negócio atual, fortemente beneficiador dessa rede de televisão.*

A questão da multi-programação é outro item de ilegalidade presente no decreto. O direito de concessão dos radiodifusores é de apenas um canal de frequência de 6 MHz. Com o decreto, os broadcasting estão recebendo um canal adicional sem que a questão fosse, sequer, avaliada pelo congresso nacional.

“O que eu estou dizendo é que ele pode prover mais de uma programação por canal e isso é ilegal do ponto de vista da nossa legislação, então isso precisa ser revisto, inclusive juridicamente e não se impressione se novas ações no supremo vierem por aí em relação a isso. É evidente que a TV Globo não quer que isso aconteça, pois ela quer manter o modelo de negócio que temos hoje, agora quem falou que as outras emissoras vão pensar do mesmo jeito, quem falou que a RedeTV! Não vai querer locar uma programação inteira para o R.R. Soares, quem falou que o Shop Tour e o Mix TV não vai querer colocar a sua programação de forma randômica, quatro horas vai a programação e depois repeti como faz a HBO, quem disse que eles não farão isso, o prejuízo é muito pouco, até porque o transmissor já está lá, então essa é uma questão importante” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

c) Interatividade exclusiva do Telecom - *Denuncia que a interatividade nada mais é do que uma enorme enganação, que beneficia as indústrias de Telecom.*

Outra questão jurídica é a da interatividade. A nossa legislação separou Radiodifusão de Telecomunicações, e a interatividade ficou exclusiva para a área de Telecom.

“A grande questão é o que eles vão dizer agora, ah, não mais a interatividade é local, a interatividade é local? Não é interatividade é uma grande enganação, porque quem tem SKY ou NET sabe do que se trata, não tem nada de interativo, pois você recebe um pacote e navega naquele pacote, você não dialoga com o provedor” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

d) Espectro Público e Finito - *Entende que a ocupação do espectro, como definida pelo Decreto, propicia grandes prejuízos à qualidade da programação.*

Atualmente o grande gargalo está na ocupação do espectro. Trata-se de um item público e finito, e muita gente está utilizando-o de forma negligente.

“O grande prejuízo está nessa ocupação do espectro, nós temos hoje principalmente nos grandes centros uma carência muito grande de espaço de espectro e muita gente ocupa ilegalmente, por exemplo sublocar programação é ilegal, Shop Tour ultrapassa o limite de 25% de publicidade, você tem hoje estelionatos religiosos que precisam ser lidado no mundo da televisão, então acho que o grande prejuízo é esse” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

Enfoque do Telecom:

Para o representante da indústria de Telecom, a robustez, citada no decreto, é item pouco relevante na discussão da implantação da TV digital no Brasil. Ressalta a clara vantagem que os radiodifusores levaram nesse embate e destaca, ainda, a parceria descabida entre academia e radiodifusores.

a) Robustez faz consumidor pagar a conta - *Denuncia os aspectos marcadamente elitistas presentes nos custos de transmissão bastante elevados, que favorecem apenas uma pequena parcela da população.*

O primeiro ponto é o caso da taxa de compressão MPEG-4. Ela faz os custos, no quesito da transmissão de sinal por ondas eletromagnéticas, subirem substancialmente.

“A questão que voltamos novamente ao problema, pois aqui está atendendo o lado dos 20% e não dos 80% que são os consumidores, um exemplo se você tiver com o MPEG-2 você teria que ter um stream de mais ou menos 8 Mgbts/s e se fosse em MPEG-4 você deveria ter uns 4 Mgbts/s e nessa transmissão os custos são muito mais baixos. Isso compensa qualquer variação de papo de robustez, isso é um ponto” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

b) Vantagem para o radiodifusor - *Afirma que o decreto favorece enormemente os radiodifusores, em detrimento dos interesses dos demais envolvidos.*

Houve pouco debate sobre o caso da mobilidade, deveríamos ter discutido a possibilidade de existirem várias antenas transmitindo o sinal com baixa potência e não uma única antena de alta potência, privilegiando o modelo de continuidade dos radiodifusores.

“O Brasil não discutiu claramente se deseja a mobilidade se falou genericamente na mobilidade, mais a mobilidade exige redes SFN (signal frequency network), então você usa redes de frequência única e você tem algumas vantagens com isso, você sai do conceito de ter uma única antena para várias antenas de baixa potência, daí você chega com muito mais qualidade na periferia com esse tipo de sistema. Um radiodifusor pode dizer o seguinte, não eu prefiro ter uma única antena de alta potência na Av. Paulista que é mais barato, mais aqui entra de novo a perspectiva do governo em dizer espera aí se eu chego na periferia da cidade de uma forma melhor para o usuário final e ainda por cima adicionando mobilidade porque não começar a fomentar o governo a estimular uma competição de que os radiodifusores saiam do modelo da torre única, porque eles vão ficar sempre naquele modelo porque para eles é mais tranquilo, então de novo falta uma orientação de governo e está prevalecendo a visão da vantagem para o radiodifusor” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

c) Parceria entre academia e radiodifusores – *Entende que a academia, pela dependência de verbas do Governo, posicionou-se de maneira acentuadamente dócil em relação ao decreto.*

É possível a questão do governo ter manipulado a academia. Pois, as universidades públicas dependem fundamentalmente de verba do governo para sobreviver. Sendo assim, percebe-se

que os acadêmicos aproximaram-se dos radiodifusores, pois os mesmos estavam manipulando o governo na questão da escolha que lhes interessava.

“Se você diz que tem que ter vantagem para o radiodifusor daí tem vantagem essa abordagem da robustez, mais é isso que nós queremos? É isso que o país quer? E obviamente todo o esquema de envolver os radiodifusores ele foi feito claramente com propósito de aliciar os vetores todos na direção de que há o interesse do governo, porque o governo maneja verba em cima da academia e obviamente a academia começa né... Nossa academia infelizmente não está inserida num circuito internacional, ela é altamente dependente de verbas, então toda vez que o governo acena com alguma verba, obviamente há como colocar uma certa docilidade no pessoal em certa direção infelizmente eu não vi do Sr. Zuffo da USP e do Sr. Bendicts do Mackenzie eu não vi ali muito espírito público não eu vi ali uma clara ligação de interesses com os broadcasting, nós não vimos uma discussão ampla como essa que eu falei da Bachelet (Presidenta do Chile), vamos promover a competição do conteúdo esse é o nosso objetivo. Ficamos falando de tecnologia e esse não é o objetivo da televisão no Brasil” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

Enfoque do Governo:

Segundo Ara Minasian, Superintendente de Comunicação de Massa da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), o governo deixou explícitas as bases sobre as quais foi organizado o Decreto 5820/06. Destaca ainda a responsabilidade que os radiodifusores deverão ter em relação ao canal digital, concedido no período de transição.

a) O decreto é claro e objetivo - *Entende que a transição do padrão analógico para o padrão digital foi realizada com bastante coerência e racionalidade.*

Ficou clara a questão do *simulcast* no decreto, pois ofertamos aos radiodifusores um canal digital por um prazo de 10 anos, classificados como período de transição do mundo analógico para o digital.

“Ele diz que em 2016 cessam as sanções analógicas. Ali você tem uma sinalização. Então em 2016, vamos pegar aqui o caso de São Paulo, eu com

certeza, com a devolução dos canais analógicos, terei no mínimo mais 16 novos canais. Mesmo levando em consideração que do canal 55 em diante eu posso liberar para outros serviços como mídia flow e essas coisas todas, mas eu vou ter do canal 14 até o 54, você tem 40 canais e 40 canais é canal à beça” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

b) Governo joga responsabilidade para os radiodifusores - *Acentua que, apesar da liberdade concedida aos radiodifusores, eles certamente cumprirão com as obrigações cabíveis, visto que o governo é seletivo e estará atento ao cumprimento dessas mesmas obrigações.*

O governo destaca a responsabilidade dos broadcasting ao adquirirem um canal sobressalente. Ressalta a questão da outorga concedida no decreto não ser de caráter privado, e sim um serviço concedido.

“O governo ao dar novas outorgas vai ter de ser muito seletivo para quem ele está dando e como a sociedade está usando esses canais. E televisão é massificação. E tomar muito cuidado porque apesar de ser um serviço privado ele é um serviço concedido e se é um serviço concedido tem que ter algumas obrigações” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

Enfoque da Academia:

Marcelo Zuffo, professor livre-docente da Escola Politécnica da USP, coloca em choque o discurso do decreto, ressaltando o ponto de vista da política pública. Indica que o Decreto 5820/06 foi criado com bases legais.

a) Coloca em choque o discurso dos decretos - *Critica o decreto atual, acentuando que em relação ao decreto anterior é pouco democrático.*

Ressalta a questão da redação impecável no ponto de vista de política pública no decreto 4901/03. Julga, ainda, o Decreto 5820/06 como o inverso do decreto anterior.

“O decreto 4901/03 é uma peça histórica de política pública; impecável na sua redação, na sua disposição de motivos, no momento em que houve um ampla consulta pública e houve a manifestação dos pontos, a costura política do 4901 foi

mais tranqüila. O que não foi o caso do 5820/06” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

b) Decreto 5820 mantém bases legais - *Evidencia o lado positivo do decreto que possibilitou a parceria com o Japão.*

Destaca como positiva as bases que sustentam o decreto 5820, destacando como positiva, do ponto de vista da dinâmica econômica, a parceria Brasil-Japão.

“Agora as bases do 5820 são boas. Eu acho que surgiu uma relação de parceria com o Japão e que está sendo absolutamente respeitada pelos nossos colegas japoneses dentro de uma dinâmica econômica que lhes interessa também. Mas há a visão da questão das compensações que o Japão tem que fazer no Brasil dentro de todas as idiosyncrasias culturais e visão até de país. Agora, é um decreto que mostra talvez, sob a minha teoria, até sob que força de pressão o governo estava” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

Enfoque da Indústria de Eletro-eletrônica:

Morris Arditti, vice presidente da Gradiente Eletrônica S.A., por não ter tido uma participação efetiva nesse debate, não pôde discorrer sobre a questão.

a) Não contribuiu com o Decreto 5820/06 - *Relata que na fase da promulgação do Decreto 5820/06 não teve participação efetiva, por isso não pode opinar.*

Não pode declarar uma posição sobre o assunto, pois não teve participação efetiva durante tal período.

“Essa parte me escapa um pouco. Eu comecei a participar depois disso e eu acompanhei depois do processo quando a Casa Civil começou a chamar os atores para poder referendar essas questões das especificações” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

3.2.3 Concepção em relação à convergência das mídias

Questão proposta: Como você enxerga a convergência das mídias no Decreto 5820/06? Foram contempladas as questões da interatividade, do canal de retorno e da cidadania digital?

Enfoque do Radiodifusor:

Roberto Franco, radiodifusor, presidente da SET e diretor de tecnologia do SBT, entende que a convergência das mídias no decreto teve total inserção. Abordando sua validação. Discorrendo sobre o Fórum do SBTVD, relacionando as aplicações do middleware Ginga, fala da necessidade dos produtores de conteúdo estarem atentos para as novas ferramentas da era digital.

a) Convergência versus validação - A convergência beneficia a todos os envolvidos.

A convergência das mídias, abordada no decreto, é um ponto fundamental que foi totalmente aclarado, validando o papel de todos os envolvidos no processo da implantação da TV digital no Brasil, desde os *Tec Holders*, fabricantes, exploradores dos serviços, fabricantes de *software*, telespectadores e governo.

“Toda a sociedade tem que estar enxergando as diversas demandas, todas as diversas embalagens dessas demandas, às vezes você está demandando a mesma coisa com foco um pouco diferente, com relevância um pouco diferente. A questão do governo eletrônico é real – quer dizer, saúde eletrônica, governo eletrônico, ensino à distancia etc.”(Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

b) O Fórum do SBTVD - O importante é que a tecnologia seja adequada à realidade brasileira.

O papel estipulado para o Fórum de TV digital era o de pesquisar, avaliar e especificar, dentro da tecnologia, as ferramentas necessárias para dar suporte ao conteúdo audiovisual.

“O fórum não tem a pretensão de dizer como vai ser feito isso, que tipo de conteúdo vai ser ofertado, quem vai ofertar o conteúdo e quando vai ofertar o

conteúdo, se esse conteúdo vai estar gratuito, se esse conteúdo vai estar de alguma outra forma... o fórum não tem essa pretensão. O fórum tem que ter a certeza é de que a tecnologia adotada e especificada é capaz de dar suporte a todas as fabricações e dentro das especificações tem todo o conjunto, quer dizer o middleware brasileiro é bastante completo para suportar toda essa questão” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

c) O middleware Ginga - *O acerto na escolha do middleware adequado à realidade brasileira.*

O middleware brasileiro, intitulado de Ginga, é o sistema mais flexível e completo que temos hoje no mercado mundial, pois ele une sincronização de áudio, vídeo e interatividade.

“O middleware brasileiro é bastante completo para suportar toda essa questão, ele inclusive tem uma orientação, há sincronismo de mídia o que permite a interatividade em termos de que eu tenho sincronismo entre áudio e vídeo, os dados de interatividade e diversos outros eventos que podem estar empacotados juntos então dos middlewares de linguagens que estão aí no mercado entre outros sistemas. É talvez o primeiro que já nasce com um foco na sincronização e a outra questão é que ele tem também um foco na flexibilidade em poder fazer diversas aplicações e não é um middleware orientado para um determinado tipo de aplicação, ele tem bastante flexibilidade em termos de você poder, por exemplo, estar endereçando mais de um dispositivo simultaneamente, que você possa provocar a interatividade pela televisão e a interação ser individualizada por dispositivos simultâneos. Ou seja, eu posso ter um controle remoto complexo que tem um pequeno display então a interatividade, a minha resposta, a minha ação não está aparecendo na tela principal, se eu estou assistindo televisão com alguém tudo o que eu estou fazendo não está incomodando esse outro que está vendo só televisão.”

“Ao mesmo tempo que ele comporta muitos dispositivos também no mesmo equipamento principal então se você tiver fazendo a interatividade com palm ou com mais de um controle remoto inteligente você pode ter três, quatro ou cinco pessoas na mesma residência interagindo com um programa individualmente.

Porque você pode estimular até competições domésticas, por exemplo se eu estou fazendo um programa de “quiz”, um ranking de acertos, algum game, pode estar você, a sua esposa, o seu filho, cada um com um “hand held” respondendo individualmente, sem ninguém estar vendo o outro e você computando os rankings e isso também serve para ensino à distância. Quer dizer num momento em que estou fazendo uma aplicação de saúde eu posso estar usando as pessoas individualmente, endereçando as pessoas individualmente, numa questão de ensino à distância eu posso ter mais de uma pessoa interagindo com o programa individualmente” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

d) Produtores de conteúdo na era digital - *Os benefícios decorrentes da escolha do modelo adequado para convergência das mídias que permitirá ao Brasil criar, produzir e desenvolver pesquisas tecnológicas.*

A tecnologia está apta para suportar interatividade plena. Essa ferramenta está a disposição dos criadores de conteúdos, que devem desenvolver habilidades para tirar melhor proveito do novo sistema que a TV digital possibilita.

“É claro que você tem que ter aí um know-how pra você manter um conteúdo principal comum a todos e fazer com que tenha um nível de interação individualizado simultaneamente. Mas a tecnologia suporta. Agora vai ter criador de conteúdo, produtor de conteúdo e desenvolver os expertises e o know-how suficientes para explorar adequadamente esta ferramenta. A ferramenta hoje ela está além das propostas de aplicação, ela é muito mais ampla e isso é muito bom. Nós estamos inaugurando uma nova onda tecnológica que no momento que você disponibiliza ela fica congelada por muito tempo pra que você permita uma universalização do dispositivo e o quanto mais a frente ela estiver do uso melhor, porque vai dar mais margem de surgir novos formatos, de surgir novas idéias, de surgir novos modelos de exploração. Se você fizer exatamente na demanda atual o seu poder de criar no conteúdo é muito pequeno” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

Enfoque da Sociedade Civil, representada pelo Coletivo Intervozes:

Diogo Moysés, diretor do Intervozes, indica falhas na legislação que rege a televisão no Brasil. Aponta a ausência de um marco regulatório único para os diversos operadores da plataforma digital. Indica que os radiodifusores querem manter seu modelo de negócio o maior tempo possível. Destaca, finalmente, a necessidade do governo desenvolver políticas de estado e industriais adequadas à era digital, porque, senão, o canal de retorno será utilizado apenas pelas classes favorecidas.

a) Legislação falha - *Anacronismo da legislação (decreto 5820), que não apresenta uma visão mais integradora e menos unilateral.*

Um dos pontos fundamentais da implantação da TV digital é a questão da convergência das mídias. O grande problema é que a nossa legislação vem da época da TV em preto e branco, permitindo assim que o radiodifusor possa ser provedor de serviços de Telecom e os Telecoms, por sua vez, possam executar serviços de Televisão.

“Uma das defesas que a gente fazia e é algo que está se mostrando evidente agora que para instituir a TV digital era preciso se pensar num ambiente convergente que está aí, não é mais um sonho de 15 anos atrás, mediante isso, a legislação como um todo precisaria ser revista, não dá para entrarmos com a TV digital com uma legislação que data da TV preto e branco. A televisão vai começar a prover serviços que em tese são de Telecom, e a Telecom está começando a prover serviços que em tese são de radiodifusão, você tem aí uma questão da TV a cabo e da TV por assinatura que está na eminência de ser revisto, então era preciso rever todo o modelo para se organizar, ver o que era nacional que deveria ser protegido, ver o que é estrangeiro e por aí vai. Então o que está ficando evidente é que precisamos pensar a coisa como um todo, o que estamos fazendo é remendo”
(Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

b) Marco regulatório - *Reitera o caminho oposto tomado pelo do Brasil em relação aos rumos que a televisão digital está seguindo nos países avançados.*

Na década de 90 todos os países organizavam marcos regulatórios únicos no quesito de convergência e o Brasil rumava contra o fluxo da tendência mundial. Pode-se tomar como exemplo a questão do canal de retorno e da multi-programação na TV digital. São itens que

fazem parte do decreto 5802/06, porém, sem terem passado pela aprovação do congresso para poderem ser operados.

“O que me parece mais impressionante é que o Brasil na década de 90 enquanto todos os países estavam criando ambientes convergentes, com agências reguladoras únicas e marco regulatórios únicos nós separamos, evidente que foi um momento político para privatizar o telefone fixo e móvel. Mas nós separamos esses dois universos, enquanto que todo mundo continua caminhando para marcos únicos, agências únicas e muitos países estão fazendo regulações por camadas e licenças únicas, nós estamos ainda na década de 60/70 no quesito radiodifusão e Telecom.”

“A grande questão é o que nós vamos fazer com isso nós vamos sentar para criar um marco único, ou nós vamos fazer remendos e esses remendos criam fatos consumados que passam a margem da legislação.”

“Se você começa a prover canal interativo com canal de retorno na TV digital, isso é evidente que é ilegal, você vai criar uma situação de fato que é um problema, a questão do próprio 6 MHz, você começa a prover multi-programação você cria uma situação de fato que passa a margem da legislação, então é preciso rever o conjunto da legislação de comunicação” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

c) Esquizofrenia regulatória – *Entende que a confusão se estabelece em decorrência da legislação ultrapassada e unilateral.*

O debate sobre TV digital está gerando uma esquizofrenia regulatória, pois a indústria de Telecom produz conteúdo audiovisual através das operadoras de TV a cabo, um serviço que deveria ser exclusivo dos radiodifusores.

“O universo de Telecom está chegando num ponto que eles vão poder prover conteúdo com a mesma qualidade que os radiodifusores, se você parar para pensar TV a cabo é das Telecoms, e isso é um serviço de televisão para você perceber a esquizofrenia regulatória. Mas a grande questão no início do debate sobre a TV digital é que ele nos primeiros anos é que ele poderia ser diverso não havendo a necessidade dele ter um meio físico único, ele poderia ser linha telefônica, ADSL banda larga, cabo, WiMax, ele poderia inclusive ser UHF ou

VHF nas cidades em que o espectro está muito pouco ocupado é possível isso”
(Diogo Moysés / Conselho diretor do Interozes - 14.06.07).

d) Os radiodifusores querem manter o seu modelo de negócio - *Para manter os seus interesses, as emissoras atuaram no sentido de adiar ao máximo possível a convergência.*

As emissoras de televisão querem adiar ao máximo a convergência das mídias. Assim podem manter o modelo de negócio que praticam por mais tempo, pois a convergência obriga aos radiodifusores trabalharem com novos fluxos de caixa, tendo que se adaptarem a esse novo mercado.

“Eu acho que tem uma questão que não houve diálogo entre Telecom e Radiodifusor ele foi contaminado pela defesa de padrões diferentes, onde o universo Telecom estava diretamente ligado ao DVB e os radiodifusores a TV Globo em especial. Então o que perde objetivamente se a interatividade for feita via Telecom, financeiramente falando? Ela não perde absolutamente nada. Então eu acho que a defesa da não interatividade era para permanecer num ambiente não convergente, eu acho que as emissoras querem adiar o máximo a convergência para manter o mesmo modelo de negócio, porque quando você entra num ambiente convergente você é obrigado a rever esse fluxo econômico e lidar com o fluxo econômico da Teles é muito mais complicado do que lidar com o fluxo da TV” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Interozes - 14.06.07).

e) Política industrial adequada - *Denuncia a falha do decreto no sentido de não permitir a interatividade plena.*

É fundamental ter uma política industrial para desenvolvermos set top box com interatividade e baixo custo, porém, o que se percebe, é que nesse início da TV digital no Brasil nós vamos ter um conversor que apenas converterá o sinal digital para analógico.

“A Interozes colocava duas coisas específicas nessa questão da interatividade, uma que é a necessidade do Set Top Box juntamente com o middleware poder processar a interatividade, se o HD é baixo se não tem saída USB e por aí vai... se você não tiver esses itens embarcado você não processa a interatividade. Isso encarece um pouco o equipamento, mais para resolver isso você necessita de uma política industrial para se garantir um conversor a baixo custo, e isso é o que está

acontecendo agora aonde os conversores vão ser só decodificadores de sinal digital para analógico” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

f) Política de Estado - *Aponta o direcionamento para uma política elitista, desfavorecendo as classes populares, impedidas de alcançar interatividade pela falta de convergência das mídias.*

Uma boa política de estado poderia resolver essa questão e amenizar os custos do canal de retorno através da banda larga. Caso contrário, apenas as classes favorecidas poderão usufruir da interatividade da TV digital.

“A outra questão é em relação ao custo do canal de retorno porque as classes mais favorecidas já tem canal de retorno através da banda larga, mais a questão aqui é para quem não tem e se eu coloco um custo alto para o canal de retorno eu crio uma barreira econômica que eu vou continuar tendo o mesmo corte que eu tenho hoje quem tem banda larga tem acesso a interatividade e quem não tem fica sem interatividade. Essa era uma questão que só se resolvia com política de estado, aonde você cria obrigações para as empresas de Telecomunicações, você pode criar obrigações com as empresas que tem cabo nas cidades e que muitas cidades não pagam absolutamente nada, o que é um absurdo porque não acontece em nenhum lugar do mundo e você pode criar uma política efetiva do estado para criar redes banda larga sem fio” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

g) As indústrias de olho na lucratividade da TV digital - *Afirma que os radiodifusores, principalmente a Rede Globo e as indústrias de Telecom, foram os maiores beneficiados.*

A indústria de radiodifusão e de Telecom juntam-se apenas quando há interesse dos dois setores para conseguirem vantagem financeira. No quesito canal de retorno, que poderia ser um item fundamental da inclusão social, os dois segmentos não se aproximam para um debate saudável.

“Agora a questão do não diálogo entre as Telecom’s e os radiodifusores existe um certo circo nisso e não passa pelo canal de retorno porque quando eles tem que criar um modelo de negócio juntos eles fazem vide Big Brother aonde todos

ganharam dinheiro com isso, aonde a TV Globo ganhou muito dinheiro e a Telecom ganhou o deles que também não é pouca coisa. Mas essa questão de como tornar o canal de retorno em inclusão social nós infelizmente estamos desperdiçando” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

h) Canal de retorno comprometido - *Critica o governo Lula por descuidar do canal de retorno na implantação da TV digital.*

Mesmo tendo o governo Lula hasteado a bandeira da inclusão social, o que percebemos, na implantação da TV digital no Brasil, é que o canal de retorno tende a ser um assunto de menor relevância.

“Felizmente o governo está como uma política de inclusão muito forte, computador a preço baixo, a questão da universalização da banda larga também ser comprada como política de estado mais no assunto TV digital para esse quesito dificilmente teremos o que fazer” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

Enfoque do Telecom:

O representante da indústria de Telecom entende a convergência suportada por três grandes pilares: Telecom, Mídia e Indústria de eletrônicos. Destacou a falta de transparência nos debates acerca da TV digital e na regulamentação dos setores de radiodifusão e telecons. Falou do fato da TV no celular ter se tornado uma realidade, indicando que, a partir de agora, novos paradigmas para a TV aberta foram criados. Destacou o padrão DVB (europeu) como o mais atual, flexível e competitivo dentro do contexto de convergência das mídias. Ressalta, finalmente, o problema dos subsídios para os aparelhos móveis, entendendo ser inevitável a parceria nesse novo modelo de negócio ou, então, o radiodifusor irá se deparar com um enfraquecimento no seu próprio segmento de atuação.

a) Segmentos divergentes - *Concebe que os interesses dos agentes tendem a ser divergentes pela própria diversidade de atuação de cada segmento.*

O foco da convergência está calcado em cima de três grandes indústrias: Telecons, os Radiodifusores e a Indústria de eletrônicos. Cada setor tem interesses divergentes dentro do seu ramo de atividade.

“Nós temos o que eu chamo de movimento de placas tectônicas, nós temos três grandes indústrias. A indústria da Mídia, que são os broadcasting, a eletrônica de consumo e a indústria da Tecnologia da Informação, aonde você tem o computador a internet e a Indústria de Telecom que é o setor que interliga pessoas através da voz fixo ou móvel. Veja que temos três indústrias completamente diferentes, aonde cada uma tem seus paradigmas, por exemplo qualidade é que está no mundo de Telecom, no mundo T.I. se vende não se dá qualidade, então toda a forma de raciocínio é completamente diferente. O mundo da mídia é muito diferente, fazendo uma comparação entre o mundo de Telecom e dos broadcasting” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

b) Falta de transparência por parte dos radiodifusores - Acusa os radiodifusores de falta de transparência, fato que coincide, também, com os interesses do governo.

Falta transparência no mundo dos radiodifusores, pois esse setor se esconde atrás de argumentos técnicos, enquanto que a verdade está na área política.

“Eu diria que quando você trata qualquer assunto no mundo de Telecom em média o assunto se formaliza entre 70 à 80% técnico e 20% à 30% político, já quando você vai no mundo dos radiodifusores 5% é técnico e 95% é político, aonde todo o background é político, para nós foi uma surpresa, nós não sabíamos que era assim quando nós entramos nessa discussão. Então tudo tem o pano de fundo político e se utiliza a tecnologia como argumento para se esconder, aonde você não vê isso tanto no mundo de Telecom, o mundo Telecom é bem mais transparente nesse aspecto, mais isso é óbvio porque mídia é comunicação de massa e isso está muito ligado a interesse de governo, então é razoavelmente natural, então todas essas três indústrias estão convergindo de uma forma que você não consegue prever com que velocidade” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

c) O mundo da regulação de leis para Telecom e Radiodifusores - Afirma que a convergência, graças à legislação, do Telecom com os radiodifusores é bastante complexa.

É mais fácil lidar com o mundo de Telecom e Mídia, pelo simples motivo que esses dois setores são altamente regulados. Já T.I. é um mundo livre, por características de seu modelo de negócio.

“É fato que a convergência de Telecom e T.I. e Mídia e T.I. é mais fácil do que Telecom e Mídia, porque isso? Porque tanto Telecom e Mídia são altamente regulados e regulados de maneira diferente, enquanto T.I. não existe regulação é um mundo livre é um Bang Bang é um faroeste, cada um faz o que bem entende. Então, Telecom e Mídia e a T.I. está indo rápido, você vê 3G, IPTV, você houve um monte de jargões aí que no fundo tem embutido dentro dela essa convergência e do outro lado você escuta coisas como Ipod, Youtube que é convergência da mídia com T.I., mas a convergência do mundo Telecom com Broadcasting é mais complicado pelo fato delas serem regulados e existem leis no mundo inteiro e você mudar isso não é tão simples assim, porque não é a tecnologia que define isso” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

d) O fato consumado - *Entende que a única convergência efetiva se dá entre a televisão e o celular.*

A convergência já é um fato consumado através da TV no celular, porém, os modelos de negócio tendem a se alterar, pois, agora, na era digital, todo o fluxo de dados converge em várias plataformas.

“Exemplo mais palpável nesse momento de convergência com o mundo da mídia e o da Telecom é a TV no celular, esse é o mais concreto, mais você pode enxergar outros, como convergências no Set Top Box aonde você pode ligar cabo, receptor satélite, IPTV, mais isso ainda está numa fase embrionária, não está numa fase muito concreta, enquanto que TV no celular é uma coisa que já está andando no mundo” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

e) A flexibilidade invadindo a televisão - *Entende que estamos entrando numa nova era, na qual a mídia ingressa numa nova dimensão, sustentada pelas convergências que certamente ocorrerão.*

Com a introdução da convergência das mídias criam-se novos paradigmas, pois a TV, que antes era fixa, com sinal transmitido de forma unidirecional, passa a viver dentro de uma nova

fronteira, ou seja, agora ela é bidirecional e deverá dividir espaço com outros setores da indústria. É a mobilidade quebrando barreiras.

“No mundo não é um grande negócio ainda, mais já está acontecendo é algo que não podemos mais classificar de embrionário. Então tudo isso vai acontecer e irá gerar uma nova dimensão para a mídia. Antigamente a gente dizia que você tinha um televisor fixo e de uso coletivo e você transmitia conteúdo em Standart Definition e essencialmente grátis e agora as dimensões mudam aonde o televisor agora vai para o PC ou para o Lap Top e você vai para o celular também. O televisor não é mais um televisor agora mudou bastante, o fixo está indo claramente para o móvel, mídia não é mais só mídia, agora você está juntando com Telecom e T.I. que são modelos pagos, aonde agora não é só grátis (transmissão broadcasting). O Standart Definition do passado está indo em duas grandes direções, no High Definition para telas grandes e no Low Definition para celulares, seria a idéia do uso coletivo indo para o uso pessoal” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

f) A televisão do futuro - *Enfatiza os novos negócios que, cada vez mais, surgirão em virtude das mais diferentes funções que estarão presentes na televisão.*

A televisão precisa se moldar para um novo contexto. O sistema americano e o sistema japonês foram criados sobre conceitos antiquados de televisão, enquanto o sistema europeu já vem acompanhando características do mundo digital.

“Lentamente está se construindo todo um paradigma novo, aonde a televisão não é mais a velha, claro que vai continuar existindo a televisão, mais todo esse contexto de mídia está ampliando brutalmente e ele vai nos próximos 20 à 30 anos gerar novas dimensões de negócio e o DVB se preparou para essa visão, enquanto os outros dois sistemas estão muito aferrados ao paradigma velho, aonde o radiodifusor faz essencialmente o negócio da televisão fixa que passa a ser de definição Standart para HD, essa é a proposta central do ATSC e do ISDB ir para alta definição, faz outras coisas também mais a proposta central é essa. O DVB ele abre mais essas possibilidades todas e ele tem visões do tipo, vou dar um exemplo, um sinal de televisão no celular nos países emergentes só fazem sentido se tiverem um modelo de negócio misto de sinal aberto e pago, porque isso? Primeiro lugar porque a TV aberta não atinge só o pessoal de baixa renda mais

também de alta renda, aonde o telespectador gosta de assistir um Jornal Nacional, coisa assim grátis, nada mal! Mas um modelo de celular ele não se sustenta se não tiver subsídios” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

g) Telefonia versus TV móvel - *Entende que, sem alianças e parcerias entre os diversos agentes, a interatividade fica comprometida.*

A TV portátil ou móvel no Brasil é um conceito de negócio que já nasce falido: quem irá subsidiar os celulares aptos a receberem sinal de TV aberta? A indústria de Telecom quer receber pelos serviços prestados e o seu modelo de negócio é sustentado através do serviço de telefonia e não o de recepção móvel.

“Toda vez que uma operadora coloca um celular no mercado ela subsidia esse celular e são subsídios pesadíssimos, aqui nos países emergentes metade ou mais do valor é subsidiado e o subsidio impacta diretamente no resultado da operadora, então essa visão de que o radiodifusor vai fazer Televisão móvel ou portátil é uma miríade em países emergentes é ruim, porque o modelo de negócio não se sustenta, tá bom você vai fazer uma primeira pergunta, você vai colocar esse celular que veicula televisão a que preço no mercado? Ao preço real? Ninguém vai comprar! Então você precisa ter modelos de negócios compartilhado com os broadcasting e o pessoal de Telecom” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

h) A parceria é inevitável no mundo da convergência - *O intuito dos radiodifusores em dominar o negócio da TV digital tende a fracassar pela falta de recursos dos mesmos.*

O Telecom sempre avisou para os broadcasting que o importante é juntar esses dois mundos, porque os radiodifusores não tem dinheiro para subsidiar os celulares aptos a receberem sinal de TV aberta.

“Nós sempre falamos: o importante é juntar esses dois mundos e os dois tem que retirar o máximo possível do negócio, então aquilo que eles querem fazer e dominar o negócio não vai dar certo porque os broadcasting não tem dinheiro, porque o subsidio nos estamos falando de vários bilhões por ano e será que as operadoras irão subsidiar esses celulares para outro fim que não para falar no

telefone, que a pessoa irá gastar bateria para assistir o Jornal Nacional e ver comerciais dos quais ele não tira muita vantagem, do jeito que você quiser olhar, para essa convergência dê certo você vai ter uma aproximação dos dois lados. É inevitável, agora se você tiver um padrão apropriado para fazer isso fica tudo muito mais fácil, nós no Brasil trilhamos o caminho mais difícil para fazer isso, porque o que você pode prever o que vai acontecer com a TV no celular. Existem poucos celulares japoneses, porém sabemos que os celulares japoneses não são baratos e que sem subsídios vão ser comprados por meia dúzia aqui no Brasil e não vai ser um negócio de massa” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

i) O enfraquecimento dos radiodifusores - *Questiona os caminhos que a implantação da TV digital tomou, ao optar por privilegiar as classes sociais mais abastadas da sociedade.*

Através da convergência das mídias, criam-se dois pontos fundamentais. Um deles questiona a veracidade da audiência dentro do modelo de negócio e o outro ponto, também crucial, é se as operadoras conseguirem frequências em UHF, elas próprias lançariam sua TV via GSM, fazendo com que o lobby dos radiodifusores enfraquecesse.

“Daí começa uma pergunta para o broadcasting, será que vale a pena fazer um segundo programa em Low Definition para meia dúzia de telespectadores? Será que isso vai render para eles, será que esse esforço vale a pena, é um ponto. Segundo ponto, O pessoal das operadoras de celulares com probabilidade se conseguir e tiverem frequências em UHF, vai lançar seu próprio celular GSM e vai colocar os Broadcasting numa posição de negociação menos forte, porque eles vão financiar o aparelho celular e obviamente o pessoal de TV aberta vai querer algum dinheiro para transmitir o sinal, mais eles já não estão mais com aquela posição de força que eles tinham antes, porque o ISDB móvel deles vai cair pelo buraco, porque não vai funcionar o modelo de negócio. Essa para nós seria a visão da competição, então você teria emissoras abertas e pagas e quando eu digo aberto eu falo sobre o DVB-T que é o grande e SD do High Definition e o Low Definition, e o ‘H’ é o High Definition, você poderia ter televisão paga, assim com uma visão mais ampla e televisão só portátil, então o chip de recepção do DVB eles estão se modificando todo, então você poderia num automóvel por exemplo receber o sinal da TV aberta, da TV paga e o sinal da Telecom, isso lhe

garantiria um sistema altamente competitivo de conteúdo e alavancaria toda a indústria” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

j) O padrão DVB é mais competitivo – *Ressalta, fortemente, que o Brasil está caminhando na contra-mão da história ao adotar o modelo japonês.*

O DVB dos europeus traz embutido no seu padrão um mundo de maior competição, pois ninguém se prende em diversos sistemas: um tipo de transmissão para TV terrestre, outro para celular e outro para carro, trens e ônibus. Porém, o padrão escolhido no Brasil é aquele que caminha no contra-fluxo das escolhas feitas pelo mundo afora.

“O que vai acontecer, é que se você tiver diversos tipos de SD, então você poderia ter um ATSC e endereçaria nas suas residências, teria a TV paga que eventualmente também seria um sistema proprietário tendo que ter outros receptores e o DVB-H que seria algo totalmente separado. Então você teria uma competição mais ampla de conteúdo, aonde você pode num automóvel receber ao mesmo tempo um DVB-H como um DVB-T, você pode receber os dois num ônibus ou num aparelho portátil. Então, essa visão de maior competição é o mundo DVB que propicia e que lá fora estão tentando implementar e nós não estamos caminhando nessa direção e sim para um mundo separado, nós vamos ter o pessoal dos broadcast fazendo o ISDB e possivelmente eu consigo enxergar as operadoras de Telecom pressionando para o lado do DVB-H, porque o DVB-H é convergente com o GSM e a massa dos produtos está tudo indicando porque o DVB-H está em evolução, não é uma que esteja totalmente definida como é o GSM, mais aparentemente está andando, aonde até os americanos adotaram o DVB-H, se bem que os americanos adotaram exatamente nesse sistema aonde eles fazem o ATSC para residências e o DVB-H para celulares e obviamente isso não é tão bom para o consumidor, não havendo aquela busca do produtor de conteúdo chegar por diversos meios no consumidor final” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

k) Faltou organização nos debates da TV digital - *Faltou liderança e organização na condução dos debates, o que provocou inúmeras distorções.*

Faltou ordenação na discussão da implantação da TV digital no Brasil. Os debates deveriam ter sido divididos em capítulos. Ficaria, assim, mais fácil enxergar, por etapas, os resultados. Porém, o que se viu foi uma falta de clareza absoluta nos debates.

“A discussão da TV digital pecou muito foi na falta de ordenação de você dividir a discussão em vários capítulos e para cada capítulo ordenadamente você deveria chegar em algumas conclusões e depois num nível superior juntar essas conclusões, um exemplo o que aconteceu a gente discutia ‘A’ quando se apresentava um determinado argumento pulava-se para o assunto ‘B’, e sempre pulando fora da questão essencial, quer dizer nós nunca íamos chegar a nenhum lugar com uma discussão tão desordenada, e esse assunto vai se repetir aqui quantas vezes você quiser, porque se você não ordenar essa discussão esse negócio não anda. E obviamente eu consigo enxergar que numa casa que não está organizada o dono dessa casa deve colocar ordem no galinheiro, então se não houver uma mão forte que imponha uma organização e uma discussão com objetivos claros, nós vamos ficar discutindo por muito tempo como ficamos discutindo muitas coisas e não saímos do lugar nesse país.”

“Deve-se discutir um novo marco regulatório e a condução disso é claramente de responsabilidade do governo. Mas o governo não tem uma discussão ele escuta os lados e depois impõe uma solução, não existe uma discussão efetivamente ampla, aberta e que faça que depois de uma discussão desgastante todo mundo comece a entender que o caminho é esse ou aquele, como foi o GSM no Brasil. Discutiu-se à exaustão, de forma extremamente aberta e ordenada. Você no GSM discutia exportação era um capítulo, importação era outro capítulo, Home internacional era outro capítulo, preço de venda era outro, preço de equipamento era outro, ou seja, era tudo capítulos, era isso que deveria ter existido na discussão da TV digital no Brasil” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

Enfoque do Governo:

Ara Minasian, Superintendente de Comunicação de Massa da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), destaca a inviabilidade na interatividade plena, a inclusão social

na era digital como ponto *sine qua non*, e os ajustes no segmento de telefonia (para podermos ter um canal de retorno adequado à realidade econômica brasileira). Fala também do ponto-chave da política do governo Lula, a luta por uma sociedade incluída digitalmente.

a) Inviabilidade na interatividade Plena - *Justifica a não possibilidade imediata da interatividade plena, justifica, porém, os benefícios da interatividade local.*

Existe uma inviabilidade na interatividade plena, quando se olha para a TV digital como um mercado isolado, contudo, a possibilidade real é a interatividade local, através do *set top box* poderemos ter um canal de dados com alguns serviços que ficarão disponíveis para serem acessados, tais como: E.P.G. (Guia Eletrônico de Programação), votação entre outros.

“Meu sonho é que tivesse a interatividade plena para todo mundo e eu vejo que isso não é viável, pode ser que se torne viável por outros mecanismos. Mas vamos lá. Num primeiro momento, olhando a TV digital como um mercado isolado, eu vejo que você vai ter a questão da interatividade local, isto é, você está fazendo uma votação e quer saber qual é o resultado você não tem que ir até lá, ele já vem dentro do programa e apenas com o controle remoto é possível navegar e ver o resultado no aparelho de TV. Ou eu tenho um EPG, que está indo dentro da informação porque tem um canal de dados, e ali eu busco o que eu quero; ou às vezes está vindo uma informação, vamos pensar o seguinte: tem uma notícia extraordinária e eu consigo de repente dar um alerta para a população por uma informação que está vindo como mensagem urgente, e para saber sobre o que se trata é só clicar ali; então eu tenho uma interação local” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

b) Inclusão Social na era digital - *Acena com a possibilidade de redução das tarifas por parte do governo, medida essa que, certamente, incluirá cada vez mais brasileiros no mundo digital.*

O governo está incentivando a inclusão da sociedade na utilização da Internet. Através de algumas alterações na regra do jogo, estamos conseguindo baixar as tarifas das operadoras de Telecom.

“O governo agora diz que ele quer incentivar a introdução da Internet, e na telefonia está se alterando as regras do jogo para permitir que o custo das

operações para aqueles que estão usando a Internet por mais tempo, e agora foi introduzido mais recentemente a mudança dos critérios de tarifação para que te levem a incluir cada vez mais um contingente de brasileiros nesse mundo digital” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

c) Interatividade versus comunicação telefônica - *Enfatiza a necessidade da interatividade com base no meio de comunicação telefônica.*

Inicialmente é impossível viabilizar uma interatividade que não utilize o meio de comunicação telefônica, seja telefone fixo ou celular.

“Porém, a não ser que eu esteja totalmente enganado, eu não consigo ver uma interatividade que não use o meio de comunicação telefônica, pode ser celular ou o fixo sendo usado num primeiro momento; eu não consigo ver como fazer isso pelo ar porque senão eu vou encarecer ainda mais o set-top-box, porque eu vou ter que dotar esse set-top-box de uma característica inerente a transmissão. É a mesma coisa que eu pegar um celular e colocar um celular para transmitir” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

d) Premissas do governo Lula - *Acentua a necessidade de outras ações para a inclusão social, que ultrapassam a tecnologia da TV digital.*

O governo Lula carrega em seu mandato a premissa das questões de inclusão social e inclusão digital.

“Não adianta eu ter incluídos socialmente quando as pessoas apenas mal conseguem chegar ao quarto ou quinta série. Então o problema é que tem de ter uma continuidade para que esse pessoal use.”

“O que é que está por trás do decreto? Quando o governo criou o canal de educação, um canal cultural, para mim se isso for usado convenientemente pelos ministérios eu digo o seguinte: ‘nós já estamos começando a fazer uma inclusão social, uma inclusão digital’. Então eu acho que antes de nós começarmos a falar de set-top-box vamos implementar outras ações” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

Enfoque da Academia:

Marcelo Zuffo, professor livre-docente da Escola Politécnica da USP, destaca a questão da ausência do quesito de convergências das mídias no Decreto 5820/06.

a) O decreto não preconiza a convergência das mídias - *Aponta como uma das grandes limitações do decreto o descompasso entre a lei geral da comunicação de massa que é deficiente e a legislação dos Telecons, que considera bastante avançada.*

O decreto não esclarece a questão da convergência das mídias, pelo fato de existir a lei geral de comunicação de massa. Destaca, ainda, a questão da idiossincrasia entre os radiodifusores e as telecomunicações no Brasil.

“O decreto não preconiza, porque existe uma lei maior que é a lei geral de comunicação de massa que tem que ser revista. Hoje nos temos uma idiossincrasia porque a lei de telecomunicação está muito avançada. Então nos vamos ter high definition no cabo, no satélite e na telefonia e nós não vamos ter na radiodifusão. Isso é um problema” (Prof. Livre Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

Enfoque da Indústria Eletro-eletrônica:

Morris Arditti, vice-presidente da Gradiente Eletrônica S.A., destaca as características dos seres humanos na aquisição de novas tecnologias em relação ao custo benefício. Fala sobre as vantagens que os radiodifusores estão levando com a convergência das mídias sobre outros segmentos da área de comunicação, aponta ainda o diferencial da TV aberta em relação a outras mídias e ressalta a questão dos tipos de interatividade disponíveis na TV digital brasileira.

a) Lazer versus preço alto - *Concebe ser natural que o lazer, que prima pela qualidade, seja caro.*

O lazer tem como característica básica fazer com que os seres humanos invistam alto para terem diversão e entretenimento.

“Tem quem diga que lazer não tem preço e as pessoas realmente pagam preços altos para se divertir, uma viagem à Disney para os filhos é muito cara; uma casa de campo pelo tempo que você usa também é uma coisa caríssima, mas você faz porque é o lazer seu. E assistir televisão é um lazer. E se esse lazer for mais rico você vai acabar dando preferência porque tem a magia do entretenimento, do filme, do conteúdo que você assiste” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

b) As vantagens dos radiodifusores – *Indica a situação privilegiada em que os radiodifusores se encontram, em virtude da tecnologia que dispõem.*

Os radiodifusores levam vantagens na convergência das mídias, porque através da TV digital eles conseguirão fazer alta-definição, enquanto o segmento de IPTV (TV via Internet) não terá a mesma condição, pois, no Brasil, a internet banda larga ainda é de baixa qualidade.

“Então, eu estava dizendo que aquele que prevê um conteúdo de boa qualidade e na maneira de exibir isso que é alta definição vai criar um diferencial bastante grande em relação a IPTV, da TV aberta em relação a IPTV. A banda de Internet a que a gente tem acesso hoje não te permite fazer IPTV em alta definição. Então a televisão aberta digital tem essa vantagem aí, de ter uma largura de banda que te proporciona televisão em alta definição, que é encantador” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

c) O diferencial da TV aberta - *Afirma que a televisão convencional protege seus interesses, impedindo qualquer mudança no padrão atual.*

O grande diferencial entre TV convencional e IPTV é podermos assistir televisão aberta num display de grande proporção com som panorâmico. Outro ponto relevante é que os radiodifusores não desejam concorrentes no seu modelo de negócio, pois o IPTV passa a ser o grande vilão da história, pelo fato de ter a possibilidade de roubar os anúncios dos broadcasting.

“Na hora em que você vê um display widescreen de 42 polegadas ou 50 polegadas em alta definição você está assistindo a dois metros de distância, com um som 5.1, você não consegue, é difícil assistir TV de outro jeito. Então isso aí é um grande diferencial. Para as emissoras de TV o IPTV é palavrão porque está roubando,

nós falamos isso. E o IPTV vai evoluir também. Então agora está na questão de ceder esse conteúdo para IPTV ou não, como é que vai ser; por isso que até a televisão convencional quer se proteger porque ela gera conteúdo, ela compra conteúdo e ela não quer que esse conteúdo seja distribuído em outro meio a não ser pelo seu próprio meio, e é a subsistência dela porque ela tem os comerciais, tem os patrocinadores” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

d) Interatividade Local e Plena - *Enfatiza a força dos radiodifusores ao poder estabelecer o tipo de interatividade a ser adotada.*

A interatividade está definida por duas vertentes: a local e a plena, porém essa questão, de ter via única ou bidirecional com o telespectador, fica a cargo da definição dos radiodifusores.

“Na parte técnica da interatividade você tem dois tipos de interatividade: a interatividade local que é o dado carrossel que é tudo o que a emissora manda que fica latente dentro do teu receptor e você comanda para acessar os dados ou não, mas é aquilo que vem, que está enlatado lá dentro e a tua interatividade é procurar a informação e ter acesso à ela, exibi-la ou não” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

3.2.4. Pertinência da multi-programação

Questão proposta: Qual a sua visão sobre a multi-programação na implantação da TV digital no Brasil?

Enfoque do Radiodifusor:

Roberto Franco, radiodifusor, presidente da SET e diretor de tecnologia do SBT, esclarece a falta de êxito da multi-programação citando como exemplo Inglaterra e Estados Unidos. Esses países testaram e tiveram baixo retorno como modelo de negócio na TV aberta. Destaca, ainda, a falta de aderência que a TV a cabo no Brasil tem junto ao seu público alvo e a dificuldade da remuneração através da multi-programação.

a) Falta de êxito na multi-programação - *Considera inadmissível a possibilidade de haver multi-programação de forma gratuita, forma essa inexistente em qualquer país do mundo.*

Não existe nenhum país do mundo que tenha feito experiências com multi-programação e tenha obtido sucesso. A televisão aberta opera de modo a ser sustentada pela publicidade e esse modelo tem caráter de conteúdo individualizado.

“Eu vou rebater com algumas perguntas. Primeiro eu gostaria que você me citasse em qualquer lugar do mundo em que uma programação entregue de maneira gratuita, ou seja baseado no modelo de publicidade é feito com multi-programação? Qualquer lugar do mundo que tenha mais do que cinco redes de televisão? Por que no Brasil tem! Quando houve a possibilidade de segmentar, aquilo foi uma coisa tentadora e muitos trilharam a questão de segmentar nichos e que tudo ia se transformar nisso, depois esse modelo evolui e se descobriu o seguinte, a multi-programação tem muito haver com individualidade, mais essa individualidade só é sustentado por modelos assinados, então quando você fala em multi-programação, cabo, satélite em muitos países é um sucesso, mais eu oferto conteúdos que atraiam as pessoas, que não estão disponíveis como senso comum, que não vão estar disponível no modelo de publicidade e as pessoas estão disponíveis para pagar por isso.”

“No momento que você vai para um modelo sustentado em publicidade, em que você precisa tornar público e portanto se é público você está falando com a grande parcela da população. A única forma de você fazer cobertura e frequência da informação para que você cause algum efeito e que esse efeito traga retorno e possa remunerar toda a cadeia. É através de audiência bastante elevadas e isso não é feito com pulverização de conteúdo. É feito em esforços em você investir todo o seu capital em ter seu conteúdo diferenciado de alto valor e alto desejo pela população, e não um volume imenso em que você acaba gastando mesmo dinheiro para ter pequenas audiências que ele teria que remunerar do próprio bolso. Então nós estamos falando de TV aberta e gratuita baseada no modelo publicitário. Eu vou dizer que modelo de multi-programação se aqui no Brasil for viável vai ser o primeiro episódio do mundo” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

b) Falta de aderência no modelo de remuneração - *A multi-programação gratuita não é compatível com a realidade do mercado publicitário brasileiro.*

A questão mais relevante da multi-programação é de que forma iremos gerar receita com a aquisição desse modelo, já que o sistema de remuneração de uma TV aberta é através da publicidade e esse mercado não tende a crescer com a introdução da multi-programação.

“E pode ver em qualquer questão! Na própria internet, conteúdos muito específicos são pagos, os conteúdos gratuitos são broadcasting e datacasting, claro tire o fenômeno youtube, porque num futuro pode ser algo interessante, agora como é que isso vai gerar receitas e negócios aí não é cota, gera acesso uma série de coisas agora gerar receita pelo próprio consumo do conteúdo e pelo próprio hábito de observar o conteúdo ainda é algo incipiente. Nós estamos falando de TV aberta digital terrestre baseada no modelo publicitário a multi-programação não é algo muito aderente, para fins de educação pode vir a servir, mas o mercado publicitário no Brasil é o mesmo há mais de 10 anos, sendo ponto sete por cento do PIB, aí não tem algum indício que se você aumentar o número de conteúdos você irá aumentar o mercado publicitário. Até porque nenhuma emissora de televisão está com seus espaços comerciais lotados. Se nós estivéssemos com o mercado publicitário sem crescer por falta de oferta de intervalo comercial faria sentido, não é o caso” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

c) O hábito do consumidor - *O telespectador brasileiro prefere a programação massificada da TV aberta, por isso a TV por assinatura deixou de crescer.*

O ponto-chave da discussão é o hábito do consumidor, hoje temos um percentual elevado de telespectadores com TV a Cabo que se conectam, bastante, na TV aberta.

“Novela e jornalismo leva a grande publicidade e infantil leva muito pouco, então segmentar e fazer nichos de onde está a fonte econômica e de sustentação do negócio. No modelo de TV por assinatura faz sentido, agora outra coisa que eu rebato, eu não concordo que a TV por assinatura no Brasil deixou de crescer pura e simplesmente por questões econômicas e sociais, isso não é verdade. O fato é, isso influência? Claro que influência, limita? Limita. Agora aí não é que esta a

oferta de valor percebido e entregue para o consumidor, se 74 à 76% da audiência da TV a cabo no Brasil está na programação dos canais Abertos” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

d) Aderência com público alvo - *Concebe que, pelas características do povo brasileiro, ao invés de ofertar qualidade de programação, é preferível propiciar conteúdos envolventes.*

A TV a cabo no Brasil tem pouca aderência com seu público-alvo. Já a TV aberta, que busca ofertar conteúdos envolventes e capazes de reter a atenção do telespectador, é mais aderente. No Brasil, se não for feito dessa forma, o modelo de negócio tende a morrer.

“Se a TV a cabo no Brasil oferecesse conteúdos exclusivos aderentes ao gosto brasileiro a necessidade brasileira eu lhe garanto que o sucesso dela seria melhor, não seria um “boom” de um EUA, de uma Alemanha que o poder aquisitivo é muito maior, mais seria muito melhor do que os menos de 10% dos que são atendidos por ela. É por isso que eu entendo que na TV aberta não adianta ofertar qualidade o que eu tenho que fazer é entregar conteúdos muito mais envolventes, capazes de reter sua atenção e de chamar o interesse para ver até porque a sua atenção está cada dia mais fragmentada. Você divide a atenção que você me dava com a Internet, com a TV a cabo, com outras questões domésticas, com educação, as pessoas estão cada vez menos em casa porque estão fazendo cursos de extensão, as pessoas passam mais tempo fora de casa trabalhando se locomovendo, estudando e interagindo. Tem outras atratividades dentro de casa, tais como: Internet, TV a cabo, DVD, quer dizer você hoje está fragmentando, se eu hoje não entregar à você um conteúdo muito rico que você me atribua alto valor e você queira me dar a sua atenção de volta o modelo de negócio meu deixa de existir” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

e) Experiência da Inglaterra em multi-programação - *Cita o modelo fracassado de multi-programação adotado na Inglaterra.*

A Inglaterra foi o primeiro país a introduzir o modelo de multi-programação no mundo. Estão desesperados para que chegue logo 2009, quando o governo direcionará canais de alta-

definição, pois eles perderam o principal álibi da TV aberta que é ter atratividade para seu público alvo.

“Na Inglaterra que foi o primeiro modelo eles acreditaram que a TV aberta seria capaz de competir com o BSkyB (Abreviatura de British Sky Broadcasting, companhia operadora dos canais Sky e dos Sky Multichannels) e neutralizar a grande ameaça da cultura regional do BSkyB. Na Inglaterra a penetração de cabo é baixa, o satélite não é doméstico, o satélite é de cobertura européia, então a programação não era focada ao público inglês, então a única maneira de conservar a cultura regional era fazer um sistema de multi-programação. Daí eles não quiseram fazer alta-definição e fizeram multi-programação. Eles tinha 5 canais em Londres e passaram a ter 30 canais em Londres. O que aconteceu? Primeiro o modelo que era pago quebrou, aí virou público, dentro desse canal público a maior atratividade está na BBC, e que está desesperada, rogando a Deus para chegar a 2009 em que os canais são retomados e rogando a Deus que o governo dê a eles canais para fazer alta-definição. Porque eles entenderam que o conteúdo da BBC que talvez seja considerado pelas pessoas mais cultas, talvez um dos melhores conteúdos da televisão mundial, está perdendo atratividade, palavras da própria BBC, “Quando alguém se defronta com conteúdo em alta-definição em 1.080, e o BSkyB o tem, o conteúdo da BBC passa a ser considerado pobre.” Então eles estão perdendo atratividade e audiência na TV aberta caindo e a audiência deles no BSkyB e em outros serviços crescendo. A Inglaterra é um dos países que mais tem consumido IPTV em alta-definição. Essa é a realidade” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07).

f) Os Estados Unidos não conseguiram sobreviver com multi-programação - Cita também o exemplo de fracasso de multi-programação adotado nos Estados Unidos.

Não temos hoje nenhum caso relevante de multi-programação nos Estados Unidos, pois ninguém conseguiu sobreviver com esse modelo segmentado em canal aberto.

“Nos EUA quem tentou multi-programação em TV aberta? Desistiu. Você veja o seguinte, olha a quantidade de programação em alta-definição hoje nos EUA é muito alta. Multi-programação nenhum caso relevante, possa até ter ainda, mais ninguém conhece alguém que sobreviveu. Então será que esse modelo de multi-programação distribuindo gratuitamente, ele é sustentável? Talvez até alguém

ache a fórmula, até agora não achou! Muitos tentaram ninguém achou” (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07)

Enfoque da Sociedade Civil, representada pelo Coletivo Intervozes:

Diogo Moysés, diretor do Intervozes, destaca a multi-programação como ponto viril da TV digital. Fala também dos aspectos positivos do operador de rede e da necessidade da democratização da televisão brasileira.

a) O ponto viril da TV digital - *Destaca a multi-programação como elemento-chave e principal diferenciador da TV digital em relação à TV analógica.*

O ponto viril da TV digital é a questão do que irá seduzir o telespectador a aderir a esse novo modelo. Existem duas opções em destaque, uma é a questão da possibilidade da interatividade e a outra é a diversidade de conteúdo em TV aberta, através da multi-programação.

“O que vai seduzir o telespectador a comprar o Set Top Box. Você tem duas coisas, uma poderia ser os serviços interativos que ele não tem em casa e o outro está ligado a programação, porque eu acho muito frágil achar que as pessoas vão comprar o aparelho para ter uma imagem melhor, por uma razão muito simples a TV delas não comportam HDTV. É óbvio que por mais que você tenha uma TV de pouca resolução, você já vai sentir diferença, só que eu acho isso muito frágil, porque para a massa da população para o HD ser acessível vai demorar um pouco e quando for acessível já vai vir com conversor embarcado na TV.”

“O que poderia fazer com que as pessoas ficassem seduzidas a irem a loja e comprarem o conversor seria a possibilidade de terem mais programações em TV aberta, mais a questão é que programação seria essa? E uma outra programação com outros programadores só é possível se você fracionar nos 6 MHz” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

b) Multi-programação versus Operador de Rede - *Defende a multi-programação, associada ao modelo de operador de rede.*

A Intervozes defende o modelo de multi-programação, associado ao operador de rede. Entende que seria melhor não deixar na mão dos radiodifusores (com seus interesses) definirem a forma de utilização do espectro.

“Mais do que os serviços interativos seria uma oferta diversa de programação. Na TV a cabo digital você vai estar na eminência de quase 400 canais, na TV aberta em tese quando você pensar no Switcher Off, você terá o mesmo número de programação do analógico, bom em tese se eu posso ter 280 programações na TV aberta, porque eu vou ter TV a cabo? É uma questão real. Mas, a grande questão é que tipo de programação vai ser defendido, nós do Intervozes defendemos a multi-programação, só que nós defendíamos a multi-programação com o modelo de operador de rede, porque você consegue fracionar os 6 MHz, porque com o modelo que existe hoje aonde toda a cadeia de distribuição está vinculada a emissora, os 6 MHz da TV Globo só podem ser ocupados pela Globo, ou por alguém que ela queira trafegar ou distribuir e idem para todas as outras emissoras” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Intervozes - 14.06.07).

c) Democratização da Televisão aberta - *Esclarece que a democratização da informação pressupõe uma diversidade de programação efetiva e não apenas uma diversidade de fachada, como parece ser o interesse dos radiodifusores.*

O ponto crucial é de que forma iremos trabalhar com a possibilidade de democratizar a televisão, como ela será ocupada de maneira diversa, com um novo universo de programação. É preciso atentar, também, para a preocupação da TV Globo que não quer pulverizar o seu bolo publicitário.

“A nossa questão não está em democratizar a televisão com oito programações da TV Globo, do SBT, da Record, com culto evangélico, com venda de tapetes etc. A questão é de que forma a gente distribui esse universo de programações para que ele seja ocupado de maneira diversa. Por exemplo essa questão da rede pública porque tem que ser uma única emissora, se a BBC tem nove, a segunda rede pública da BBC tem quatro, a questão é como você constrói essa multi-programação. É evidente que se formos honestos é muito melhor temos em canal aberto GNT, Multishow e TNT do que esse bando de culto evangélico, sabendo que eu não tenho nada contra, do ponto de vista de qualidade, apesar de qualidade ser um conceito subjetivo, é óbvio que seria melhor, mais isso não

interessa para TV Globo porque vai fracionar o próprio bolo publicitário deles e vai enfraquecer a própria NET” (Diogo Moysés / Conselho diretor do Interviões - 14.06.07).

Enfoque do Telecom:

O representante da indústria de Telecom destaca a omissão de tópicos relevantes no debate sobre a TV digital. Expõe a falta de coragem do governo em enfrentar os interesses dos radiodifusores, classifica a capilaridade como item imprescindível num país de situação econômica menos favorecido e classifica a Rede Globo de televisão como principal monopólio de comunicação de massa do país — mostrando-se preocupada em não permitir novos “players” no seu segmento de mercado.

a) Omissão nos debates da TV digital - *Lamenta a omissão, nos debates, sobre a eficácia do padrão DVB.*

O padrão DVB é o único sistema que permite transmitir num mesmo canal SD e HD simultaneamente, porém, essa informação sempre foi omitida nos debates da TV digital.

“Nós sempre ofertamos as duas opções em Standart Definition e Hight Definition, porque o sistema permite que operamos nas duas possibilidades porém essa informação sempre foi varrida para debaixo do tapete. O DVB é o único sistema que num único canal permite você transmitir HD e SD ao mesmo tempo. Então a nossa visão era de que o governo deveria colocar como mandatório o SD porque isso asseguraria os preços mais baixos para o consumidor em todos os sentidos e os radiodifusores que achassem que o modelo de alta definição seria interessante fossem permitidos de fazer só que arcariam com o ônus disso, porque ai deveriam ter transmissores de custo mais alto e sabe lá o quanto eles iam ganhar na outra ponta em função das receitas de publicidade, será que eles iriam ganhar muito com isso? Eu aposto que não” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

b) Faltou coragem ao governo - *Enfatiza que faltou coragem ao governo para propor mudanças na qualidade da programação da TV brasileira.*

Faltou, no debate, abordarmos os aspectos da baixa qualidade da programação e da falta de diversidade cultural. Existe um monopólio claro nos meios de comunicação de massa. O governo deveria ser o maior incentivador de mudanças nesse sentido, mas não foi o que se viu ao longo de toda a discussão sobre a TV digital no Brasil.

“No fundo não é como na Telecom que aliás é isso que me chamou muita atenção, porque em Telecom fica uma discussão técnica de rede, aqui os valores são outros, aqui você está discutindo a baixa qualidade de programação e de conteúdo que temos aqui para o brasileiro. Para uma pessoa que tem um nível intelectual diferenciado sabe que o nosso nível de conteúdo não é bom, aonde não existe diversidade, existe sim um monopólio de fato aqui e que isso precisaria ser modificado, claro que não se faria isso do dia para a noite, mais deveria se estimular uma mudança, mais a decisão foi de manter a situação como está”
(Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

c) Capilaridade nas transmissões - *Afirma que a competição voltada para conteúdos foi esquecida em detrimento do nivelamento técnico.*

O padrão DVB traz consigo a capilaridade da transmissão de sinal, propiciando, dessa forma, um nivelamento técnico para todos os “players”. A discussão no Brasil deveria ter abordado a qualidade do conteúdo de programação ofertado aos telespectadores.

“O DVB pela quantidade grande de países que utilizam esse padrão e ele é o único que endereça países com 6, 7 e 8 de banda em MHz, ele foi compatibilizado para ter todo o ‘legacy’ com todos os sistemas, seja NTSC, PAL, SECAM, 50 HZ, 60 HZ, todas essas combinações já foram embutidas desde o começo. E também, foram embutidas visões diferentes de modelo de negócio, aonde os dois pontos de visão sejam do broadcasting sendo dono da sua própria rede e a outra visão aonde você tenha broadcasting compartilhando rede, essa inclusive vem de uma herança do mundo estatal, onde a empresa de Telecom transmitia o sinal e o governo colocava lá 3 à 4 canais. Mas, isso evoluiu, pois essa visão que era estatal passou a ser altamente competitiva que o governo dizia se é possível instalar o compartilhamento de rede você está igualando todos os players no que se referi a capilaridade da transmissão do sinal. Porque com compartilhamento de rede todos chegam no mesmo lugar, então na medida que todos chegam no mesmo lugar a competição fica feroz no conteúdo e não na capilaridade da rede,

e, esse deveria ser um dos grandes objetivos para você criar competição no conteúdo” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

d) Monopólio da Rede Globo no quesito de capilaridade - Denuncia como o monopólio da Rede Globo de Televisão está assentado em sua capilaridade.

O monopólio conseguido pela Rede Globo de televisão está ligado ao alcance longínquo da sua capilaridade. Porém, o único padrão de transmissão digital que propicia um mesmo sistema um compartilhamento de rede, é o padrão DVB. No debate sobre a TV digital no Brasil, houve confusão no entendimento da multi-programação da mono-programação.

“No Brasil o modelo é todo ele ‘On Ar Chip’, ou seja quem produz o conteúdo é aquele que transmite, o grande monopólio da Rede Globo está baseado na capilaridade que ela conseguiu aonde ela chega aos mais longínquos recantos desse país, e isso lhe garante esse monopólio, e se você quebra isso, você quebra esse monopólio. Então, você começa a deixar que exista compartilhamento de rede nesse país, deixa o próprio operador ou o próprio broadcasting decidir se ele quer ou não, porque para muitos vai ser interessante formar um consórcio e ir para o interior do país porque ficariam todos com capilaridade muito maior, e isso só o DVB faz nenhum outro sistema faz, isso foi muito confundido com a discussão de multi-programação e mono-programação” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

e) A possibilidade da criação de novos players - Justifica que o padrão europeu (DVB) não foi escolhido em virtude dos interesses dos radiodifusores, visto que esse padrão poderia baratear as transmissões por meio do operador de rede.

O padrão europeu (DVB) não foi escolhido porque ele é o único sistema que possibilitaria o barateamento das transmissões através do operador de rede. Os radiodifusores não tinham interesse em possibilitar a criação de novos *players*, que poderiam dividir o seu bolo publicitário e interferirem no seu modelo de negócio.

“Tanto no japonês como no americano a visão é de rede única, ou seja o broadcast tem a sua própria rede e ai dentro disso você pode fazer um canal ou 4 canais (mono ou multi-programação). No DVB não, você pode ter exatamente a mesma coisa ou então ter o compartilhamento de rede, então num único canal

“você transmite quatro programas de quatro canais diferentes, juntando tudo isso num único multiplex você terá uma dezena ou duas dezenas de produtores de conteúdo, o que barateia substancialmente a transmissão, esse foi um dos grandes motivos porque o DVB não foi escolhido (...) O DVB em todo lugar aonde o broadcasting é dono da infra-estrutura por razões históricas e isso está gravado na lei ou na constituição o DVB é um potencial inimigo, porque ele muda a situação do status quo e facilita a entrada de novos. E, na medida que você fala que os novos podem compartilhar a rede isso deixa todo o meio bastante inseguro, então muda o esquema para você ter mais competição de conteúdo e menos infra-estrutura” (Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07).

Enfoque do Governo:

Segundo Ara Minasian, Superintendente de Comunicação de Massa da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), a luta pelo mercado internacional está cada dia mais acirrada. Por esse motivo, os radiodifusores defendem a alta-definição em detrimento da *standard*. Outro fator relevante é como os broadcasting vão fazer para atender, durante todo o dia, a demanda nacional de programação em *high definition*. Temos ainda o caso do governo que criará quatro canais digitais de TV aberta, podendo, através da multi-programação, alcançar os telespectadores também pelo segmento da portabilidade e da mobilidade.

a) A luta pelo mercado internacional - *Justifica a não pertinência da multi-programação, pelas barreiras internacionais que, no futuro, certamente surgirão para o Brasil.*

A grande questão na opção da multi-programação — que é um formato de definição *standard* — é que, no futuro próximo, as produções audiovisuais brasileiras terão uma barreira internacional, pois o mundo está optando por *high definition*.

“Atualmente, querendo ou não, qualquer país está inserido num contexto global. Você produzir conteúdo exclusivamente para atender 170 milhões é diferente de você produzir um conteúdo... vamos pegar o caso da China que vai atender um bilhão, ele tem escala, então esse conteúdo vai sair bem mais barato. Quando você começa a falar em escala, se o Brasil começar a produzir em multi-programação daqui a uns três, quatro anos o Brasil vai ter problemas para

acessar o mercado internacional porque os países consumidores vão pegar os EUA, Europa, Japão; eles vão te dizer o seguinte que esse programa foi produzido em standard definition e ele vai ter que re-trabalhar isso para fazer um 'Up Converter' e ele vai perder qualidade. Então ele vai te dizer o seguinte 'eu não quero esse programa porque ele é de definição standard'". Então você vai ter uma barreira de acesso internacional" (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

b) A incógnita da programação HD ou SD - Alerta indicando que é preciso tomar alguns cuidados, muito necessários ao se implantar a TV digital no Brasil.

A questão inicial é a forma dos radiodifusores executarem programação em alta-definição vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana. O governo está lançando, através da TV digital, quatro canais que irão operar na estrutura de multi-programação, atendendo exclusivamente o mercado nacional.

“Eu vejo que as emissoras, num primeiro momento, não vão ter condições de produzir em alta definição 24 horas por dia. E você chegar aí nesse momento e obrigar a trabalhar com definição standard, na hora em que eu passo isso aqui para alta definição eu vou tumultuar o meu público porque esse público vai dizer assim 'quando eu estava numa transmissão standard eu estava recebendo um canal educativo, um canal de cultura, agora eu deixei de receber porque entrou no prime time'. Talvez o governo, mas isso não passa pela agência... Quando o governo diz 'eu tô criando um canal digital para atender a educação' ele não diz que está criando um canal para atender uma única programação, para mim eu dou a interpretação que eu quiser. Então ali, logo de saída, ele pode operar com dois, três ou quatro canais ou programas, e da mesma forma da cultura; então se ele quiser massificar ele tem um exemplo só que ele não vai ter condições de produzir oito conteúdos diferentes mesmo em standard, nós mal estamos conseguindo produzir um” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

c) Mobilidade e Portabilidade unidas à plataforma da multi-programação - Reforça a idéia de que a implantação da TV digital deverá sofrer mudanças, por isso entende que a regulamentação pode se constituir como uma barreira.

O governo deve estar atento às possibilidades que a tecnologia da TV digital disponibiliza, pois os canais do governo podem atender aos telespectadores de forma singular, utilizando-se da multi-programação, no segmento da portabilidade e da mobilidade.

“Eu advogo e eu discordo de certas colocações que eu ouço no mercado ‘ah, vamos regulamentar isso, vamos regulamentar aquilo’ eu sempre tenho dito isso ‘gente, muito cuidado ao regulamentar porque a regulamentação pode ser uma barreira e não uma facilidade’. Por que eu digo barreira? A nossa população trabalha o tempo todo fora; pelas características do nosso Brasil tem gente que aqui em São Paulo sai do trabalho às 19 horas e chega em casa às 21 horas, passa duas horas no trânsito e no dia seguinte ele tem que acordar às 4 da manhã para às 5 sair de casa e poder chegar às 7 no seu trabalho. De repente, se essa teoria for verdadeira, eu tenho que ver o seguinte ‘qual é o momento que esse contingente de pessoas ou formadores de opinião ou essa garotada que vai ser o futuro de amanhã está em casa?’. Pode ser que de repente eu aproveite esse tempo que o pessoal está no trânsito e talvez aí sim eu use essa tecnologia para atingir o público. Aí sim o governo tem que sentar e pensar o seguinte: a TV digital me permite isso. Porque achar que ‘jogou a TV digital na rua, já cumprimos a nossa parte’, aí sim eu me preocupo. O Ministério das Comunicações fez a sua parte, porém agora os outros ministérios que estão ligados à educação e o lado social precisam ver como tirar proveito dessa tecnologia digital; então acompanhem essa introdução e entrem em campo logo”
(Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

Enfoque da Academia:

Marcelo Zuffo, professor livre-docente da Escola Politécnica da USP, reitera a questão de que o modelo escolhido para o Brasil, no quesito da possibilidade da multi-programação, é superior ao modelo Europeu. Destaca o contra-fluxo dos radiodifusores, ao optarem pela alta-definição em detrimento da diversidade cultural. Chama, ainda, atenção para as várias facetas de novos modelos de negócios que a TV digital evidência.

a) Modelo brasileiro é superior ao europeu - *Posiciona-se ao lado do Governo Federal, ao ressaltar as qualidades do modelo brasileiro.*

A retórica européia com a taxa de compressão em MPEG-2 é de que teremos até 4 canais, porém, o Brasil definiu a sua TV digital em MPEG-4 contemplando dessa forma a possibilidade de termos de 8 à 12 canais na mesma faixa espectral— número superior ao sistema DVB.

“Isso é retórica dos europeus que utilizam-se do MPEG-2 e disponibilizam até 4 canais, nós aqui no Brasil usando o MPEG-4 podemos ter de 8 até 12 canais no mesmo espectro de 6 MHz” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

b) O caminho equivocado dos radiodifusores - *Critica o equívoco e a irracionalidade dos radiodifusores, ao optarem pela mono-programação.*

Os fatos nos mostram que a fragmentação é o caminho correto, porém, os radiodifusores brasileiros estão optando, com o padrão de transmissão em mono-programação, por rumarem na contra-mão desse movimento.

“Isso vai fazer apenas com que a radiodifusão quebre mais cedo. Porque a fragmentação, notícia relevante 45% da audiência européia é por Internet e já está acontecendo com o Brasil também. Isso é um equívoco, uma irracionalidade” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

c) Adequação ao modelo de negócio - *Ressalta a versatilidade do padrão japonês, destacando sua enorme aderência.*

A tecnologia de TV digital escolhida pelo Brasil, faz com que tenhamos uma margem de escolha quase que infinita, pois poderemos manipular, da forma que acharmos mais conveniente, em harmonia com nossos modelos de negócio.

“É o problema que nós temos hoje. Então, depende do mapa regulatório. A tecnologia de modulação japonesa é extremamente aderente; há mais de 30 modelos de serviços. São três aparelhos de celular no mesmo canal, oito standard definition, 30 low definition, dados, dois high definition, um high definition, quatro

standard definition e dois celulares. A gente faz “n” variações disso” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

Enfoque da Indústria Eletro-eletrônica:

Morris Arditti, vice presidente da Gradiente Eletrônica S.A., propõe uma mescla de multi-programação e mono-programação, de acordo com o interesse de cada radiodifusor. Destaca ainda a questão da multi-programação como um item atrativo para os telespectadores, porém, ressalta que, cada broadcasting tem direito de escolher seu rumo na era da TV digital.

a) Mescla na transmissão - *Defende a multi-programação como indispensável e benéfica.*

Nos Estados Unidos emprega-se um canal em HD e sub-canais que geram outros conteúdos, fazendo com que o telespectador não precise esperar a notícia chegar até ele de forma unidirecional. Ele pode, simplesmente, optar pela informação que lhe for mais conveniente naquele exato momento. Ou seja, seria bom para os telespectadores do Brasil se os radiodifusores transmitissem, em certos momentos, com alta-definição e, em outros, com multi-programação.

“Você pega os EUA e tem um canal HD e depois tem os sub-canais com previsão do tempo e ele vai rodando um loop da previsão do tempo até mudar, atualizar esse loop. Então se você quer ver o tempo não precisa esperar via noticiário do tempo, você vai no sub-canal e assiste. Eu particularmente acho a multi-programação uma coisa muito importante e benéfica” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

b) O modelo da multi-programação - *Embora considere a multi-programação como indiferente aos interesses dele como fabricante, na condição de telespectador, opta por ela.*

O modelo da multi-programação para o telespectador retrata a possibilidade de termos maior diversidade de conteúdos.

“Como telespectador eu acho que deveria ter a multi-programação. Como fabricante para mim tanto faz. Agora como telespectador eu posso ir num sub-canal ver a cotação da bolsa permanente em looping, no outro canal ver o tempo

e no canal principal ver a novela ou esporte” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

c) A escolha do modelo de negócio - *Posiciona-se como defensor irrestrito da liberdade para optar seja por multi-programação, seja por mono-programação.*

Cada radiodifusor deve escolher seu próprio modelo de negócio. Se a Rede Globo acha que deve fazer mono-programação, ela deve decidir internamente o que for conveniente, porém, não pode exigir que outros *broadcasting* sigam seus passos.

“Eu acho que isso é perfeito porque cada emissora escolhe o seu modelo de negócio. E ele Florisbal e ela a Globo escolheu monoprogramação. Mas não proibir de fazer. Amanhã o Silvio Santos quer fazer a programação normal dele e um televentas do baú, o problema é dele. Se ele perder audiência o problema é dele. Se ele ganhar audiência ótimo para ele. Agora ficar mandando tem ou não tem é Hugo Chavismo” (Vice Presidente da Gradiente Eletrônica S.A., Morris Arditti – 13.06.07).

3.3. POSICIONAMENTO E DISCURSO DOS AGENTES

Como atributo caracteristicamente humano, a estratégia pode ser concebida como um conjunto coerente de decisões e responsabilidades que um determinado agente assume, em face das diversas eventualidades que será levado a encarar, em virtude tanto das circunstâncias exteriores quanto interiores, como em virtudes de hipóteses que incidem sobre o comportamento dos outros agentes interessados em tais decisões. Bazanini (2007, p.262) esclarece:

“Todas as definições de estratégia se assentam na inseparabilidade entre a organização e o meio ambiente que, se por um lado representa uma condicionante à sua atividade, por outro lhe oferece oportunidades que importa aproveitar. É esta relação entre organização e o meio ambiente envolvente que dá sentido ao conceito de estratégia.”

Com base na condicionante proposta da inseparabilidade entre a organização e meio ambiente e partindo-se do posicionamento estratégico como vantagem competitiva na perspectiva de Porter (1985, p.12) segundo a qual a competitividade de uma organização

decorre das forças presentes no ambiente, tendo por base as premissas propostas por Perelman (1996, p.4) ao conceber retórica como comunicação persuasiva que busca o assentimento daqueles a quem o discurso se dirige, inspirado no modelo de Burke (1945, p.22) segundo o qual nas sociedades democráticas a defesa dos interesses das organizações pela palavra se faz cada vez mais habilmente, uma vez que estamos diante de uma situação retórica universal, serão apresentados nos quadros 7, 8, 9 e 10, a relação entre a coerência dos discursos e os interesses dos agentes tendo como temáticas: evolução da digitalização da TV, o Decreto 5820/06, a convergência das mídias e a multi-programação. No quadro 11, uma síntese dos debates na perspectiva da Análise Retórica que, com a utilização do método histórico crítico, permitiu sistematizar a implantação da TV digital no Brasil em três períodos: o primeiro, de 1994 a 2003; o segundo de 2003 a 2006; o terceiro, de 2006 a 2007.

Quadro 7 - Evolução da digitalização da TV no Brasil

Interesses dos Agentes	Coerência do Discurso
• GOVERNO FEDERAL: <i><u>Integração e desenvolvimento</u></i> Propiciar educação à distância, disseminação cultural, comércio eletrônico, serviços bancários, informações sob demanda, bate-papo e correio eletrônico.	• <i>Em virtude de sua importância como veículo de informação a TV digital se torna elemento estratégico por excelência do Governo Federal;</i> • <i>Posicionam-se como elemento integrador entre os diversos agentes envolvidos na implantação da TV digital;</i> • <i>Reitera o acerto na escolha do padrão digital japonês em perfeita sintonia com a posição assumida pela Anatel conjuntamente com o Ministério das Comunicações;</i> • <i>Justifica a etapa de lançamento do set top box para as classes de melhor poder aquisitivo como necessária e imprescindível para o sucesso do empreendimento;</i> • <i>Justifica a não adoção do padrão Norte-Americano e Europeu em virtude de sua não adequação integral as necessidades das características da sociedade brasileira;</i> • <i>Posiciona-se favoravelmente ao modelo japonês pela</i>

	<i>possibilidade de integrar elementos de maior relevância tanto do padrão Norte-Americano como o do Europeu;</i> • <i>Enuncia os aspectos favoráveis presentes no padrão Japonês comparativamente a eficiência dos padrões utilizados no resto do mundo;</i> • <i>Ressalta que o consumidor terá a possibilidade de escolher o set top box de acordo com seus interesses;</i> • <i>Acentua a pertinência da escolha do padrão japonês uma vez que era preciso decidir e a decisão do Ministro Hélio Costa foi acertada;</i> • <i>Antevê o sucesso da implantação da TV digital como factível mesmo que no presente as condições ainda não sejam as ideais;</i>
• RADIODIFUSORES: <u>Interesses</u> <u>predominantemente</u> <u>comerciais</u> Levar conteúdo em alta - definição de som e imagens e manter o modelo de negócio atual, baseado na venda de audiência para os anunciantes.	• <i>Apologia dos profissionais da televisão brasileira;</i> • <i>Entende que o sistema de alta-definição foi o propulsor da tecnologia digital;</i> • <i>Apologia da iniciativa dos radiodifusores referente aos testes desenvolvidos por profissionais brasileiros;</i> • <i>Aprovação irrestrita do padrão digital adotado no Brasil;</i> • <i>Total adesão ao modelo adotado pelo Brasil como perfeitamente compatível com o que há de mais moderno no quesito de tecnologia no mundo;</i>
• SOCIEDADE CIVIL: <u>Democratização da</u> <u>informação</u> A importância do acesso à informação, entretenimento e interatividade a todos os	• <i>Falta de segurança do governo FHC para assumir uma posição mais efetiva na escolha do padrão de TV digital no Brasil;</i> • <i>Crítica ao modelo adotado em virtude das características do mercado brasileiro em não se adequar à demanda nacional;</i> • <i>É mais importante para o país possuir o conhecimento do que a produção em escala;</i>

segmentos da sociedade.	• <i>Denuncia a interferência da mídia como determinante nos caminhos e descaminhos que a implantação da TV digital no Brasil tomou;</i> • <i>Aponta as nuances e influências do poder político para direcionar as discussões em consonância com os interesses dos radiodifusores;</i> • <i>Posiciona-se como crítico da visão técnica que prevaleceu em detrimento dos aspectos políticos e sociais envolvidos no processo;</i> • <i>Aponta a unidirecionalidade das discussões, sem levar em conta os interesses dos futuros usuários da TV digital;</i> • <i>Denuncia os estratagemas utilizados para excluir parte dos agentes envolvidos no debate;</i> • <i>Aponta os erros acumulados durante o processo da implantação em virtude de não propiciar a produção em larga escala.</i>
• INDÚSTRIA ELETRO-ELETRÔNICA: <u>interesses</u> <u>predominantemente</u> <u>comerciais</u> Impulsionar as vendas de televisores e celulares no país.	• <i>Elogia a presença dos representantes da indústria de eletro-eletrônicos nos debates, fato nunca ocorrido no passado;</i> • <i>Ressalta as alianças estratégicas como elemento significativo na implantação da TV digital no Brasil;</i> • <i>Esclarece que embora a decisão da escolha do padrão da TV digital tenha sido dos radiodifusores, essa decisão foi acertada;</i> • <i>Reforça o acerto na escolha do padrão digital em razão de sua flexibilidade e adaptabilidade as condições brasileiras;</i> • <i>Enfatiza o acerto da escolha com base nos interesses das indústrias de eletro-eletrônicos nacionais.</i>
• INDÚSTRIA DE TELECOMUNICAÇÕES: <u>interesses</u>	• <i>Concebe que os interesses da indústria foram privilegiados em detrimento do futuro usuário;</i> • <i>Reitera a necessidade de possuir foco no consumidor,</i>

<u>predominantemente comerciais</u> Implantar o padrão Europeu de TV digital (DVB), uma vez que esse padrão representa seus interesses comerciais e já está estabelecido em mais de cinquenta países disseminado entre Europa, Ásia, África, Oceania e Oriente Médio, o que, certamente, atenderia também as necessidades dos consumidores brasileiros.	<i>visto os modelos internacionais que atuam em larga escala;</i> • <i>Entende que o primeiro período (1997 – 2000) direcionava-se para uma resolução adequada;</i> • <i>Entende que a única opção que pode ser considerada correta é aquela que atende os interesses do consumidor;</i> • <i>Denúncia os truques utilizados pela Rede Globo para alcançar unicamente seus objetivos.</i>
• ACADEMIA: <u>Interesse pela pesquisa e desenvolvimento de tecnologia nacional</u>	• <i>Coloca-se na posição de defensor das pesquisas e desenvolvimento de tecnologia nacional;</i> • <i>Enfatiza a qualidade discutível dos produtos da indústria de eletro-eletrônica nacional, decorrendo daí a sua não condição de cooperar no sentido de auxiliar uma cadeia produtiva;</i> • <i>Entende que nessa nova realidade econômica o desenvolvimento de tecnologia nacional é fator contributivo para o desenvolvimento de nosso país;</i> • <i>Analisa a participação dos diferentes agentes e a correlação de forças que se estabelece no Fórum de TV digital no Brasil;</i> • <i>Concebe que para haver verdadeira ética é preciso que nenhum dos setores da sociedade seja excluído dos debates;</i> • <i>Ressalta a importância do ano eleitoral como decisivo</i>

	<i>em relação as decisões tomadas;</i> • <i>Crítica a não participação dos telespectadores embora estejam presentes no debate grupos que se denominam como representantes da sociedade civil;</i> • <i>Enfatiza como fator determinante de cidadania em relação à implantação da TV digital desde que tenhamos uma sociedade representativa dos interesses dos telespectadores;</i>
--	---

No quadro acima, percebesse que o Governo, em seu discurso, encontra-se plenamente convencido do acerto em relação ao padrão japonês adotado. Essa posição também é assumida pelos Radiodifusores, que elogiam a atuação do Ministro Hélio Costa à frente do MINICOM. O grupo da Sociedade Civil representado pelo Coletivo Intervozes, na condição de excluído dos debates, manifestam crítica radical a todos os procedimentos adotados em relação à escolha do padrão definido no Decreto 5820/06. Por sua vez, a Indústria eletro-eletrônica, coloca-se hora ao lado do Governo hora ao lado dos Radiodifusores. O Telecom faz críticas contundentes, tanto ao Governo quanto aos radiodifusores, mantendo o discurso sintonizado, em alguns aspectos, com a posição assumida pelo Coletivo Intervozes. A Academia assume a posição de reflexão sobre a participação dos diferentes agentes envolvidos, enfatizando a necessidade de pesquisas para o desenvolvimento de tecnologia nacional.

Pode-se inferir, avaliando essas diferentes posturas, a existência de uma situação retórica universal — especificamente em relação aos interesses de cada agente participativo, agindo em defesa de suas respectivas organizações. Como propôs Burke (1966, p.34):

“A retórica possui função reparadora num mundo repleto de facções e interesses conflitantes, no qual o dilema da convivência humana faz surgir uma situação retórica universal...”

Desse modo, é possível explicitar a coerência dos discursos dos atores em relação aos interesses que buscam alcançar nesses debates.

Quadro 8 – Decreto 5820/06

Interesse dos Agentes	Coerência do Discurso
• GOVERNO FEDERAL: <u>Integração e desenvolvimento</u> Propiciar educação à distância, disseminação cultural, comércio eletrônico, serviços bancários, informações sob demanda, bate-papo e correio eletrônico.	• <i>Entende que a transição do padrão analógico para o padrão digital foi realizada com bastante coerência e racionalidade;</i> • <i>Acentua que apesar da liberdade que está sendo concedida aos radiodifusores certamente cumprirão as obrigações que lhe cabem visto que o governo é seletivo e estará atento ao cumprimento dessas mesmas obrigações.</i>
• RADIODIFUSORES: <u>Interesses predominantemente comerciais</u> Levar conteúdo em alta - definição de som e imagens e manter o modelo de negócio atual, baseado na venda de audiência para os anunciantes.	• <i>Manifesta total aderência ao decreto enfatizando o papel orientador e democrático do governo Lula;</i> • <i>Ressalta a transparência e integração de todos os envolvidos que pode opinar livremente num clima de discussão de idéias e construção de consensos;</i> • <i>Afirma que as discussões conduziram para aquilo que é melhor para todos os envolvidos visto que todos saíram ganhando;</i> • <i>Compara as ações dos governos anteriores com o Governo atual, ressaltando o livre debate de idéias permitido pelo governo Lula.</i>
• SOCIEDADE CIVIL: <u>Democratização da informação</u> A importância do acesso à informação, entretenimento e interatividade a todos os segmentos da sociedade.	• <i>Concebe o Decreto 5820/06 como contraditório e ilegal e sobretudo ao focar a questão do canal ao invés da programação;</i> • <i>Acusa o decreto em atender os interesses da TV Globo cujo os interesses se voltam para manter o mesmo modelo de negócio atual que a beneficia;</i> • <i>Denúncia que a interatividade nada mais é que uma enorme enganação que beneficia as indústrias de Telecom;</i> • <i>Entende que a ocupação do espectro como o Decreto propicia grandes prejuízos à qualidade da</i>

	<i>programação;</i>
• INDÚSTRIA ELETRO-ELETRÔNICA: <u>interesses predominantemente comerciais</u> Impulsionar as vendas de televisores e celulares no país.	• <i>Relata que na fase da promulgação do Decreto 5820/06 não teve participação efetiva, por isso não pode opinar.</i>
• INDÚSTRIA DE TELECOMUNICAÇÕES: <u>interesses predominantemente comerciais</u> Implantar o padrão Europeu de TV digital (DVB), uma vez que esse padrão representa seus interesses comerciais e já está estabelecido em mais de cinquenta países disseminado entre Europa, Ásia, África, Oceania e Oriente Médio, o que certamente atenderia também as necessidades dos consumidores brasileiros.	• <i>Denúncia os aspectos marcadamente elitistas presentes nos custos de transmissão bastante elevados que favorece apenas uma pequena parte da população;</i> • <i>Afirma que o decreto favorece enormemente os radiodifusores em detrimento dos interesses dos demais envolvidos;</i> • <i>Concebe que a academia pela dependência de verbas do Governo posicionou-se de maneira acentuadamente dócil em relação ao decreto.</i>
• ACADEMIA: <u>Interesse pela pesquisa e desenvolvimento de tecnologia nacional</u>	• <i>Crítica o decreto atual (5820/06) acentuando que em relação ao decreto anterior (4901/03) é pouco democrático;</i> • <i>Evidência o lado positivo do decreto que possibilitou parceria com o Japão.</i>

É possível perceber, dissecando o quadro anterior, a importância do Decreto 5820/06, como elemento determinante para a definição do padrão de TV digital adotado no Brasil. O Governo Federal justifica os aspectos democráticos do decreto, que atende as expectativas do povo brasileiro. Os Radiodifusores assumem posição de integral concordância com o

conteúdo do decreto. O representante da Indústria eletro-eletrônica, por não participar dessa fase dos debates, não opinou. O grupo Intervezes, em consonância com a postura assumida em relação à evolução da digitalização da TV no Brasil, posiciona-se radicalmente contra todos os aspectos presentes no decreto. A Indústria de Telecom crítica o decreto, entendendo-o como não adequado, denunciando que foi promulgado para atender aos interesses dos Radiodifusores e da Academia, em detrimento dos interesses dos telespectadores brasileiros. A Academia aponta tanto aspectos positivos, bem como aspectos negativos do decreto: considera como positiva a possibilidade de integração tecnológica com o Japão e, negativa, a falta de democracia presente no Decreto 5820/06 se comparado ao decreto 4901/03.

É interessante observar que, muitas vezes, um mesmo agente assume posição controversa em relação a um determinado tema, como pode ser constatado tanto na postura da academia quanto dos Telecoms, visto que nos procedimentos retóricos estão sempre presentes recortes da realidade, conforme interesses dos autores. Na proposição de Perelman (1982 p.162):

“Na medida em que a comunicação tenta influenciar uma ou mais pessoas, orientar-lhes o pensamento, excitar ou acalmar suas emoções, guiar suas ações, esta comunicação pertence ao reino da retórica. A dialética, ou técnica da controvérsia, está incluída como grande parte desse reino mais amplo.”

Essa amplitude permite a diversidade de opiniões, oferecendo a possibilidade de acirradas divergências ou alianças estratégicas, remetendo ao axioma presente no vocabulário dos estrategistas segundo o qual não existe estratégia certa ou errada, mas sim, estratégia que deu certo ou estratégia que deu errado, conforme Zacarelli (2000).

Quadro 9 - Convergência das Mídias

Interesse dos Agentes	Coerência do Discurso
• GOVERNO FEDERAL: <u>Integração e desenvolvimento</u> Propiciar educação à distância, disseminação cultural, comércio eletrônico, serviços bancários, informações sob demanda, bate-papo e	• <i>Justifica a não possibilidade imediata da interatividade plena, justifica, porém, os benefícios da interatividade local;</i> • <i>Acena com a possibilidade de redução das tarifas por parte do governo, medida essa que, certamente, incluirá cada vez mais brasileiros no mundo digital;</i>

correio eletrônico.	• <i>Enfatiza a necessidade da interatividade com base no meio de comunicação telefônica;</i> • <i>Acentua a necessidade de outras ações para a inclusão social que ultrapassam a tecnologia da TV digital.</i>
• RADIODIFUSORES: <u>Interesses predominantemente comerciais</u> Levar conteúdo em alta - definição de som e imagens e manter o modelo de negócio atual, baseado na venda de audiência para os anunciantes.	• <i>A convergência beneficia a todos os envolvidos;</i> • <i>O importante é que a tecnologia seja adequada à realidade brasileira;</i> • <i>O acerto na escolha do middleware adequado à realidade brasileira;</i> • <i>Os benefícios decorrentes da escolha do modelo adequado para convergência das mídias que permitirá ao Brasil criar, produzir e desenvolver pesquisas tecnológicas.</i>
• SOCIEDADE CIVIL: <u>Democratização da informação</u> A importância do acesso à informação, entretenimento e interatividade a todos os segmentos da sociedade.	• <i>Anacronismo da legislação na qual estão ausentes uma visão mais integradora e menos unilateral como está contido no decreto 5820;</i> • <i>Reitera o caminho de contramão do Brasil em relação aos caminhos que a televisão digital está tomando nos países mais avançados;</i> • <i>Concebe que a confusão se estabelece em decorrência da legislação ultrapassada e unilateral;</i> • <i>As emissoras atuaram no sentido de adiar o máximo possível a convergência para manter os seus interesses;</i> • <i>Denuncia a falha do decreto no sentido de não permitir a interatividade plena;</i>

	• <i>Aponta o direcionamento para uma política elitista desfavorecendo as classes populares que estarão impedidas de alcançar interatividade pela falta de convergência das mídias;</i> • <i>Afirma que os radiodifusores, principalmente a Rede Globo, e as indústrias de Telecom foram os grandes beneficiados;</i> • <i>Crítica o governo Lula por descuidar do canal de retorno na implantação da TV digital.</i>
• INDÚSTRIA ELETRO-ELETRÔNICA: <u>interesses predominantemente comerciais</u> Impulsionar as vendas de televisores e celulares no país.	• <i>Concebe ser natural que o lazer que prima pela qualidade seja caro;</i> • <i>Aponta a situação privilegiada que os radiodifusores se encontram em virtude da tecnologia que dispõem;</i> • <i>Afirma que a televisão convencional protege seus interesses impedindo qualquer mudança no padrão atual;</i> • <i>Enfatiza o poder dos radiodifusores ao poder estabelecer o tipo de interatividade a ser adotada.</i>
• INDÚSTRIA DE TELECOMUNICAÇÕES: <u>interesses predominantemente comerciais</u> Implantar o padrão Europeu de TV digital (DVB), uma vez que esse padrão representa seus interesses comerciais e já está estabelecido em mais de cinquenta países disseminado entre Europa, Ásia, África, Oceania e Oriente Médio, o que	• <i>Concebe que os interesses dos agentes tendem a ser divergentes pela diversidade de atuação própria de cada segmento</i> • <i>Acusa os radiodifusores de não transparência, fato esse que coincide também com os interesses do Governo;</i> • <i>Afirma que a convergência do Telecom com os radiodifusores é bastante complexo pela legislação ao qual estão submetidos;</i>

certamente atenderia também as necessidades dos consumidores brasileiros.	• <i>Entende que a única convergência efetiva se dá entre a televisão e o celular;</i> • <i>Entende que estamos entrando numa nova era na qual a mídia ingressa uma nova dimensão pelas convergências que certamente ocorrerão</i> • <i>Enfatiza os novos negócios que cada vez mais surgirão em virtude das mais diferentes funções que estarão presentes na televisão;</i> • <i>Entende que sem alianças e parcerias entre os diversos agentes a interatividade fica comprometida;</i> • <i>O intuito dos radiodifusores em dominar o negócio da TV digital tende a fracassar pela falta de recursos dos mesmos;</i> • <i>Questiona os caminhos que a implantação da TV digital tomou ao optar por privilegiar as classes mais abastadas economicamente da sociedade;</i> • <i>Ressalta fortemente que o Brasil está caminhando na contra-mão da história ao adotar o modelo japonês;</i> • <i>Faltou liderança e organização na condução dos debates o que provocou inúmeras distorções.</i>
• ACADEMIA: <u>Interesse pela pesquisa</u>	• <i>Aponta como uma das grandes limitações do decreto o descompasso entre a lei geral da comunicação de massa que é deficiente e a legislação dos Telecom que considera bastante avançada.</i>

No quadro acima, o representante do Governo Federal enumera algumas dificuldades atuais para a implantação das convergências das mídias na TV digital. Essas dificuldades

serão sanadas com o desenvolvimento das ações que realizará no futuro. Os Radiodifusores, por sua vez, admitem que se deve partir daquilo que é possível no momento, e que essa decisão deve atender aos interesses de todos. O grupo Intervozes critica a não adequação do padrão adotado, em franca oposição a interatividade plena, e o anacronismo do decreto, que só atende os interesses dos radiodifusores. A Indústria eletro-eletrônica justifica o alto custo para o usuário da TV digital, ao mesmo tempo que critica o favorecimento obtido pelos radiodifusores, cujo o modelo de negócio foi mantido para atender aos seus interesses. Os Telecoms criticam, com bastante veemência, o padrão adotado para atender aos interesses dos radiodifusores, padrão, segundo eles, que navegam na contra-mão do desenvolvimento tecnológico mundial. A Academia concebe a legislação dos Telecoms como bastante pertinente em relação à era digital, em oposição ao dos radiodifusores, que se encontra ainda no mundo analógico, fazendo com que fique enormemente defasada.

A convergência das mídias constitui elemento de importância vital para o sucesso da TV digital. Os interesses conflitantes conduzem os agentes a abrirem mão de certos procedimentos que, embora pudessem beneficiar grande parte da população, afetam seus próprios interesses. Bitzer (1980, p.24) comenta esse tipo de situação retórica presente em todas as relações conflituosas:

“Uma situação retórica é um complexo de pessoas, eventos, objetos e relações que apresentam uma instância a qual pode ser atendida, completa ou parcialmente, se um certo tipo de discurso - introduzido na situação - for capaz de influenciar o pensamento ou a ação de uma audiência ou público, de maneira a acarretar uma modificação positiva da instância”.

Assim, uma modificação positiva da instância atende exclusivamente a interesses particulares, não sendo possível encontrar soluções que possam agradar a todos os envolvidos.

Quadro 10 – Multi-programação

Interesse dos Agentes	Coerência do Discurso
• GOVERNO FEDERAL: <u>Integração e desenvolvimento</u> Propiciar educação à distância, disseminação cultural, comércio	• <i>Justifica a não pertinência da multi-programação pelas barreiras internacionais que certamente surgirão no futuro para o Brasil;</i> • <i>Alerta que é preciso tomar alguns</i>

eletrônico, serviços bancários, informações sob demanda, bate-papo e correio eletrônico.	<i>cuidados que certamente serão necessários ao se implantar a TV digital no Brasil;</i> • <i>Reforça a idéia que a implantação da TV digital deverá sofrer mudanças, por isso entende que a regulamentação pode se constituir em uma barreira.</i>
• RADIODIFUSORES: <u><i>Interesses predominantemente comerciais</i></u> Levar conteúdo em alta - definição de som e imagens e manter o modelo de negócio atual, baseado na venda de audiência para os anunciantes.	• <i>Considera inadmissível a possibilidade de haver multi-programação de forma gratuita, forma essa inexistente em qualquer país do mundo;</i> • <i>A multi-programação gratuita não é compatível com a realidade do mercado publicitário brasileiro;</i> • <i>O telespectador brasileiro prefere a programação massificada da TV aberta por isso a TV por assinatura deixou de crescer;</i> • <i>Concebe que pelas características do povo brasileiro ao invés de ofertar qualidade de programação é preferível propiciar conteúdos envolventes;</i> • <i>Cita o modelo fracassado de multi-programação adotado na Inglaterra e Estados Unidos.</i>
• SOCIEDADE CIVIL: <u><i>Democratização da informação</i></u> A importância do acesso à informação, entretenimento e interatividade a todos os segmentos da sociedade.	• <i>Destaca a multi-programação como elemento chave e principal diferenciador da TV digital em relação à TV analógica;</i> • <i>Defende a multi-programação associada com o modelo de operador de rede;</i> • <i>Esclarece que a democratização da informação pressupõe haver uma diversidade de programação efetiva e não</i>

	<i>apenas uma diversidade de fachada segundo os interesses dos radiodifusores.</i>
• INDÚSTRIA ELETRO-ELETRÔNICA: <u>interesses predominantemente comerciais</u> Impulsionar as vendas de televisores e celulares no país.	• <i>Defende a multi-programação como indispensável e benéfica;</i> • <i>Embora considere a multi-programação como indiferente aos interesses dele como fabricante;</i> • <i>Posiciona-se como defensor irrestrito da liberdade para optar seja por multi-programação, seja por mono-programação.</i>
• INDÚSTRIA DE TELECOMUNICAÇÕES: <u>interesses predominantemente comerciais</u> Implantar o padrão Europeu de TV digital (DVB), uma vez que esse padrão representa seus interesses comerciais e já está estabelecido em mais de cinquenta países disseminado entre Europa, Ásia, África, Oceania e Oriente Médio, o que certamente atenderia também as necessidades dos consumidores brasileiros.	• <i>Lamenta a omissão nos debates sobre a eficácia do padrão DVB;</i> • <i>Enfatiza que faltou coragem ao governo para propor mudanças na qualidade da programação da TV brasileira;</i> • <i>Afirma que a competição voltada para conteúdos foi esquecida em detrimento do nivelamento técnico;</i> • <i>Denúncia como o grande monopólio da Rede Globo de Televisão está assentado em sua capilaridade;</i> • <i>Justifica que o padrão europeu (DVB) não foi escolhido em virtude dos interesses dos radiodifusores, visto que esse padrão poderia baratear as transmissões por meio do operador de rede.</i>
• ACADEMIA: <u>Interesse pela pesquisa</u>	• <i>Posiciona-se ao lado do Governo Federal ao ressaltar as qualidades do modelo brasileiro;</i> • <i>Crítica o equívoco e irracionalidade dos radiodifusores ao optarem pela mono-</i>

	<i>programação;</i> • <i>Ressalta a versatilidade do padrão japonês pela sua enorme aderência.</i>
--	---

O quadro acima aborda a importância da multi-programação como caminho para a democratização da informação. O Governo federal assume que, no início da implantação da TV digital, não é pertinente haver uma legislação rígida, visto que mudanças ocorrerão a partir do início das transmissões, enfatizando que a multi-programação (ou a mono-programação), deve ser uma decisão dos próprios radiodifusores. Os Radiodifusores, entendem que qualidade de programação não interessa ao grande público, esse quer conteúdos envolventes. Cita, ainda, o fracasso da multi-programação em diversos países do mundo, pela falta de sustentabilidade publicitária. O representante da Indústria Eletro-eletrônica concebe a multi ou a mono-programação como indiferentes, uma vez que, na busca de seus interesses, as possibilidades de aplicações são irrelevantes. Contudo ressalta que, na condição de telespectador, posiciona-se favorável a multi-programação. A Indústria de Telecom critica o modelo adotado, justificando tecnicamente que a introdução do operador de rede poderia baratear os custos das transmissões digitais. Essa medida foi, todavia, negligenciada para atender os interesses da Rede Globo de televisão. A Academia posiciona-se de maneira dúbia: ao mesmo tempo considera correta a escolha do padrão Japonês e critica a mono-programação proposta pelos radiodifusores, fato que, segundo ela, empobrecerá a diversidade cultural.

A multi-programação constitui um dos pontos mais discutidos em relação aos diversos interesses em jogo. Esses interesses se opõem em decorrência da lucratividade possível para as empresas, democratização da informação e, principalmente, legitimidade do Governo (responsável pela condução do processo). Considerando-se que a argumentação é essencialmente um ato de comunicação implicando comunhão das mentes, pode-se notar, na perspectiva de Perelman (1986, p.379), o empenho de cada agente em fazer prevalecer sua posição, pois:

“A argumentação é a tomada de consciência comum do mundo tendo em vista uma ação real, através de uma linguagem viva, contudo o que comporta de tradição, de ambigüidade, de permanente evolução”.

Portanto, a discussão sobre a multi-programação constitui um instrutivo exemplo de como a persuasão torna-se efetiva por meio da argumentação.

Quadro 11 – Síntese dos Interesses dos Agentes**GOVERNO FEDERAL:**

Os interesses do Governo Federal estiveram voltados para integração e desenvolvimento, com intuito de propiciar educação à distância, disseminação cultural, comércio eletrônico, serviços bancários, informações sob demanda, bate-papo e correio eletrônico.

O representante ressaltou que a qualidade da programação deve atender às expectativas da sociedade brasileira.

Concebe a “cidadania digital” como um processo que, paulatinamente, tende a incorporar outros segmentos.

O governo negociou, por intermédio do Ministro Hélio Costa, o impulsionamento da implantação da TV digital.

O momento mais crítico ocorreu durante a terceira fase no período que antecedeu o Decreto 5820/06, particularmente quando o Ministro das Comunicações acusou empresas de comprarem consciências na mídia ao longo do debate sobre TV digital, conforme publicação do jornal O Estado de São Paulo (14.03.06, caderno B7 - Economia) em matéria assinada pelo jornalista Eduardo Kattah:

“O Ministro das Comunicações, Hélio Costa, acusou ontem as companhias telefônicas de estarem fazendo um ‘lobby nacional’ e ”comprando consciências”na mídia sob a TV digital.”

Além do *lobby* feito pela Indústria de Telecom, em maio de 2006, o Intervozes apresentou dez razões para adiar essa decisão. Esse fato poderia retardar ainda mais o processo de implantação da TV digital, que já se encontrava atrasado em relação aos outros países.

O governo entende que o modelo da TV digital atende aos interesses da sociedade brasileira, tanto por meio da mono-programação como da multi-programação.

O ponto mais relevante da entrevista estava voltado para o bom-senso e a estratégia a ser adotada, cuidadosa e calculada:

“O sucesso da TV digital vai depender muito do custo dos equipamentos. Quando eu vejo os números em que o pessoal mostra que hoje grande parte da população, mais que 70%, tem equipamentos de 25, 26 e 20 polegadas e tem um contingente de não sei quantos por cento, tem equipamento de 18

polegadas, eu pergunto o seguinte: ‘que benefícios vão enxergar este grupo que tem esses equipamentos?’ A primeira vista pode ser que alguém diga o seguinte: ‘Poxa! Estão impondo uma tecnologia digital e estão encarecendo o custo para eles’. Mas num primeiro momento isso talvez seja interessante, seja verdadeiro; pode ser que num segundo momento não porque quando você massifica os televisores digitais automaticamente você vai fazer com que o custo de um televisor digital seja o mesmo do que um televisor analógico de 18 polegadas. Então a população teve benefício? Sim. Então pode ser que o benefício não seja imediato. Mas volto a dizer o seguinte: ‘todo mundo nesse momento tem que se esforçar para acelerar a introdução da TV digital’. Se essa aceleração acontecer, e eu acho que tem tudo para acontecer, você vai primeiro encurtar esse período da transição de dez anos; em segundo, olhando do ponto de vista de Estado e Agência eu consigo reverter esses canais para outros usos ou até grande parte desses canais podem voltar para outro setor de radiodifusão, e a gente pode falar em rádios e TVs independentes e TVs comunitárias, enfim, eu vejo um mercado. Agora isso tem de ser feito de uma forma concatenada e de uma forma ordenada...” (Ara Minasian - Superintendente de Comunicação de Massa da Anatel – 28.09.07).

RADIODIFUSORES:

Os interesses dos radiofifusores estiveram voltados para a manutenção de seu lucrativo negócio.

Ressaltaram que a qualidade da programação deve ser preterida em relação ao envolvimento do telespectador com a mesma, por isso, não defendem a multi-programação.

Concebem a convergência das mídias como uma ferramenta de aplicações que os produtores de conteúdo devem utilizar na TV digital.

Negociaram, por intermédio dos seus agentes, em sintonia com a proposta do Governo Federal, que atendia aos seus interesses.

O momento mais crítico ocorreu durante a segunda fase do processo, especificamente em 2000, quando as atenções estavam voltadas para a implantação da TV digital em vários países do mundo. Relata Roberto Franco, presidente da SET e

diretor de tecnologia do SBT:

“No momento em que a decisão estava praticamente pronta no Brasil naquela primeira onda tecnológica, acho que lá pelo ano 2000, que talvez até tivesse um clima de implantação da TV digital até mais propício naquele momento em que o foco mundial estava todo voltado para a questão e que o Brasil estaria entrando contemporâneo com o resto do mundo e talvez o país com o melhor ambiente para a implantação. Por quê? Porque o desejo pela TV digital do telespectador era muito alto. Nos Estados Unidos a migração foi feita com o desejo do Governo e do radiodifusor e o telespectador sem sequer saber o que estava acontecendo. Na Europa aconteceu em um momento em que as TVs estavam deixando de ser públicas passando a ser privadas mas que nunca as TVs abertas tiveram grandes atividades. Quer dizer, a televisão não tem a importância e a relevância que tem no Brasil.”

SOCIEDADE CIVIL:

Os interesses do Grupo Interozes estiveram voltados para a democratização da Informação, para que ela alcançasse toda a sociedade, e não somente alguns segmentos. Ressaltaram que a qualidade da programação é imprescindível para a população brasileira, por isso defendem a multi-programação através do modelo de operador de rede.

Concebem a cidadania digital como um processo que só ocorrerá, efetivamente, quando houver participação de todos os segmentos da sociedade, e não apenas alguns segmentos da sociedade.

Entendem que o modelo da TV digital implantado, por meio de acordo com o Governo Federal, atende diretamente aos interesses dos radiodifusores.

Como estiveram excluídos do processo de negociação formularam inúmeras denúncias contra os interesses dos radiodifusores e da indústria de Telecomunicação. Como ressalta o Informativo Interozes TV Digital de maio de 2006:

“O projeto da Globo é transmitir três vezes a mesma programação, dentro dos ‘seus’ 6 MHz, mas com definições de imagens diferentes: 1) TVs de alta-definição; 2) Para aqueles que continuarem com as TVs atuais, mas que comprarem terminais de acesso a fim de receber o sinal digital; 3) Para aqueles que assistem TV em movimento.”

“Parte da preferência das operadoras de telecomunicações pelo DVB deriva das relações existentes com fornecedores europeus (Nokia, Siemens, Phillips, Thomson, Alcatel, etc) e também da forte presença de teles européias no mercado brasileiro (Telefônica, Portugal Telecom e Itália Telecom.)”

A fase mais crítica esteve relacionada à promulgação do Decreto 5820/06, visto que pretendiam adiar a escolha do modelo de TV digital a ser adotado no Brasil. As razões são apresentadas na publicação do Informativo Intervozes, TV Digital, em maio de 2006:

1) As emissoras não estão perdendo mercado nem sofrendo prejuízos com o suposto atraso na migração para a nova tecnologia; 2) O Brasil não está atrasado pois a transição para a plataforma digital ainda está começando na maioria dos países europeus; 3) Os testes do SBTVD não tiveram tempo hábil nem recursos suficientes para serem concluídos a contento; 4) Uma decisão dessa magnitude, que tem relação com a economia, a cultura e a política não pode ser tomada sem que a sociedade brasileira saiba quais impactos ocorrerão; 5) Não é aceitável que a decisão seja tomada sem que os diversos setores da sociedade tenham sido ouvidos; 6) Por uma questão lógica, as definições acerca do modelo de exploração de serviços precisam ser tomadas antes de qualquer definição tecnológica; 7) Há um sério risco da criação de “fatos consumados”; 8) A imensa maioria dos juristas e especialistas da área afirma ser impossível implantar a TV digital sem uma revisão do marco regulatório do campo nas comunicações; 9) Não é saudável para um país que pretende ser democrático tomar uma decisão como essa em um momento que antecede as eleições presidenciais; 10) Uma decisão apressada, pouco transparente só beneficiará quem soube se aproveitar da fragilidade do Estado. (p.12-13)

INDÚSTRIA DE ELETRO-ELETRÔNICA:

Os interesses da Indústria Eletro-eletrônica estiveram voltados para Impulsionar as vendas de televisores e celulares no país.

Ressaltaram que, na fase da promulgação do Decreto 5820/06, não tiveram participação efetiva, por isso não podem opinar.

Concebem a cidadania digital como um processo que, paulatinamente, tende a incorporar outros segmentos. Porém, em sua implantação, a TV digital deve contemplar aqueles que podem pagar pelo seu lazer.

Negociaram, por intermédio dos seus agentes, em consonância com a proposta do Governo Federal e os interesses dos radiodifusores.

Diferente de outros agentes envolvidos, em nenhum momento a indústria de Eletro-eletrônico esteve ameaçada em seus interesses, pois, para ela, era indiferente o modelo de TV digital escolhido por o Brasil. Conforme relato de Morris Arditti, vice-presidente da Gradiente:

“Em termos de adaptação e de produzir um produto com certeza tanto faria, porque eletrônica é eletrônica, competência existe e ia acabar acontecendo. Agora o que faz uma diferença mais fundamental é o sistema ser algum existente tal qual ou ser um sistema novo ou adaptado, isso sim faria uma diferença. Eu explico: se fosse puramente japonês, puramente europeu, ou puramente americano, tanto faria pois a indústria brasileira iria fazer os receptores, mas iria sofrer uma concorrência daquelas empresas que já atuam com produtos nesse tipo de sistema. Ao escolher um sistema brasileiro ou qualquer um dos outros três com adaptações brasileiras isso acabou tirando a vantagem que as empresas de fora tinham no processo.”

INDÚSTRIA DE TELECOM:

Os interesses dos Telecoms estiveram voltados para a implantação do padrão Europeu de TV digital (DVB), uma vez que esse padrão representa seus interesses comerciais e já está estabelecido em mais de cinquenta países (disseminado entre Europa, Ásia, África, Oceania e Oriente Médio), e, certamente, atenderia também às necessidades dos consumidores brasileiros.

Ressaltaram a falta de transparência nos debates da TV digital e o fato da regulamentação que rege os Radiodifusores ser totalmente diferente da que rege a Telecom. Destacou, ainda, com veemência, que o foco do debate deveria ter sido colocado no consumidor, e não na indústria.

Concebem a convergência da mídia como fator predominante na era digital, ressaltando, porém, o problema de subsídio dos aparelhos móveis. Para o grupo de

TELECOM, é inevitável a parceria com esse novo modelo de negócio, ou, então, o radiodifusor irá se deparar com enfraquecimento no seu próprio segmento de atuação.

“Nós sempre falamos o importante é juntar esses dois mundos e os dois tem que retirar o máximo possível do negócio, então aquilo que eles querem fazer e dominar o negócio não vai dar certo porque os broadcasting não tem dinheiro. Por que o subsidio nos estamos falando de vários bilhões por ano e será que as operadoras irão subsidiar esses celulares para outro fim que não para falar no telefone, que a pessoa irá gastar bateria para assistir o Jornal Nacional e ver comerciais dos quais ele não tira muita vantagem, do jeito que você quiser olhar, para essa convergência dê certo você vai ter uma aproximação dos dois lados, é inevitável, agora se você tiver um padrão apropriado para fazer isso fica tudo muito mais fácil. Nós no Brasil trilhamos o caminho mais difícil para fazer isso, porque o que você pode prever o que vai acontecer com a TV no celular, existem poucos celulares japoneses, porém sabemos que os celulares japoneses não são baratos e que sem subsídios vão ser comprados por meia dúzia aqui no Brasil e não vai ser um negócio de massa.”
(Representante da Indústria de Telecom – 20.07.07)

Como o grupo Intervezes, a indústria de Telecom também esteve ausente do Fórum de debate sobre a TV digital no Brasil.

A fase mais crítica ocorreu durante a promulgação do Decreto 5820/06, quando ficou estabelecido o padrão japonês, com destaque para a mono-programação, em detrimento do padrão europeu, que defendia a multi-programação, interesse da indústria de Telecom.

ACADEMIA:

Os interesses da academia estiveram voltados para a pesquisa e o desenvolvimento tecnológico.

Ressaltaram a introdução da TV digital no Brasil como caminho para criar uma situação de política de desenvolvimento de tecnologia nacional, que deve estar inserida numa política de comércio exterior.

Concebem a cidadania digital como desenvolvimento tecnológico e como integração social.

A fase mais crítica ocorreu em 2005, quando o Governo federal cessou o repasse de verbas por meio das linhas de financiamento. Conforme relato do Prof. Marcelo Zuffo, livre-docente da USP:

“Foi no ano passado; a frustração de ter percebido que não houve continuidade nas linhas de financiamento. As linhas de financiamento cessaram em 2005 e ainda não foram restabelecidas. Então foi difícil entender a dissonância entre discurso e prática.”

Entendem que o modelo da TV digital deve ser discutido democraticamente. Lamentam, entretanto, a ausência da participação popular e a grande força dos radiodifusores:

“Há um fórum hoje constituído em que a participação é muito proporcional ao peso que esses partícipes tem ou seja, do ponto de vista político; você vê que evidentemente a radiodifusão tem a maior participação no fórum. Se você pegar proporcionalmente dá para ver a participação de cada setor: a radiodifusão tentando preservar o seu ‘status quo’ como segmento de mídia; a indústria de eletro-eletrônico; a indústria de transmissores; a indústria de software; a universidade, representada por universidades públicas e privadas com interesses econômicos associados; e finalmente o consumidor que não tem representação nenhuma, o que é um desastre para todo o processo, o fato do Brasil não ter tido ainda sociedades que defendam os interesses dos espectadores...” (Prof. Livre-Docente da Escola Politécnica da USP, Marcelo Zuffo – 19.06.07).

CAPÍTULO 4

A ANÁLISE DO DISCURSO DOS AGENTES

Como vimos, as estratégias retóricas permitem o uso astuto e inteligente das palavras, nas quais repousam implícitas relações de poder decorrentes da imposição das idéias dos diferentes grupos em confronto. Como definiu Perelman:

“O objeto desta teoria é o estudo das técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses apresentadas ao seu assentimento.”
(1996, p.5)

As discussões dos resultados da pesquisa estarão baseados nas teorias propostas por Aristóteles, Chaim Perelman, Kenneth Burke, Llyod Bitzer e Tereza Lúcia Halliday.

Aristóteles, ao sistematizar a retórica antiga, distinguiu dois tipos de conhecimento: as “verdades imutáveis” da natureza (*theoria*), pertencentes ao campo da ciência, e as “verdades contingentes” (*phronesis*), pertencentes ao campo da retórica.

Chaim Perelman recuperou os pressupostos da retórica aristotélica ao propor que a finalidade da retórica é buscar assentimento às teses que são propostas, direcionamento esse que se estabelece no sentido de uma teoria da comunicação persuasiva. Afirmar:

“O campo da argumentação é o do verossímil, do plausível, do provável, na medida em que este último escapa às certezas do cálculo. Ora, a concepção claramente expressa por Descartes, na primeira parte do Discurso do Método, era a de considerar “quase como falso tudo quanto era apenas verossímil”. Foi ele que, fazendo da evidência a marca da razão, não quis considerar racionais senão as demonstrações que, a partir de idéias claras e distintas, estendiam, mercê de provas apodícticas, a evidência dos axiomas a todos os teoremas.”(Perelman, 1982, p. 2-4).

Nessa perspectiva, da comunicação pragmática para resolver os negócios humanos, Kenneth Burke aponta a função reparadora da retórica num mundo repleto de facções e interesses conflitantes:

“Os homens buscam vocabulários que sejam reflexos fiéis da realidade. Para isso, precisam desenvolver vocabulários que sejam seleções da realidade. E toda

seleção da realidade precisa, em certas circunstâncias, ser uma deflexão da realidade.”(1966, p.45)

Por sua vez, Lloyd Bitzer operacionaliza o conceito de Burke, esse último, pensador mais filosófico e mais abrangente. Em consonância com esses pressupostos, define a situação retórica de maneira mais técnica ao propor:

“Um complexo de pessoas, eventos, objetos e relações que apresentam uma instância a qual pode ser atendida, completa ou parcialmente, se [um certo tipo de] discurso, introduzido na situação, for capaz de influenciar o pensamento ou a ação de uma audiência [ou público], de maneira a acarretar uma modificação positiva da instância.” (Bitzer, 1980, p.24).

Finalmente a pesquisadora brasileira Tereza Lúcia Halliday, sistematiza a abordagem situacional presente nesses procedimentos em seis passos para sua operacionalização.

Assim, na perspectiva da abordagem situacional da retórica, uma situação genuinamente retórica contém, respectivamente, três elementos que criam para o retor o problema retórico: uma instância, uma audiência, um conjunto de limitações e restrições. Com base nesses elementos, cabe ao retor fazer uso criativo dessas limitações e restrições, para que seu ato retórico cresça em probabilidade de sintonizar-se perfeitamente com a situação.

Em relação à implantação da TV digital no Brasil, seis agentes fomentares (Governo Federal, Radiodifusores, Sociedade Civil, Telecom, Indústria de Eletro-eletrônicos, Academia) — com posturas muitas vezes divergentes, muitas vezes convergentes —, atuaram como atores na defesa dos interesses de suas organizações em relação a quatro elementos essenciais: evolução da digitalização da TV; Decreto 5820/06, convergência das mídias e multi-programação.

4.1 POSICIONAMENTO NA PERSPECTIVA DA RETÓRICA ARISTOTÉLICA

O primeiro elemento da retórica antiga, sistematizada por Aristóteles, é a Invenção, fase na qual reúne-se o material para argumentar, por meio da introdução, seja de uma questão, seja de um problema, procurando-se encontrar os elementos favoráveis para obter a adesão dos receptores — que pode variar do convencer até o comover, da argumentação lógica ao jogo sobre as paixões.

Nessa perspectiva, os diferentes agentes buscaram encontrar argumentos para justificar a legitimidade de seus discursos em diferentes lugares retóricos, resultando daí, os diferentes pares de opostos que podem ser elencados.

O representante do Governo Federal, ao discorrer sobre o panorama da implantação da TV digital no Brasil, enfatiza a necessidade de integração e desenvolvimento, justificando o acerto de sua escolha com base nos pareceres da Anatel e do CPqD respectivamente, reconhecendo, entretanto, que, certamente, após a implantação definitiva, poderá haver mudanças.

A invenção proposta legitimadora da postura assumida esteve assentada nos seguintes pares de opostos: passado versus presente; adequação versus não adequação; integração versus dispersão.

O radiodifusor Roberto Franco, em seu relato inicial, destaca a qualidade da programação da televisão brasileira, a necessidade de atualização tecnológica, o início dos testes no Brasil, a escolha do padrão e a convivência pacífica das mídias. Elementos esses que se constituem na busca de uma posição de ênfase sobre os aspectos técnicos, sem mencionar a ideologia presente por detrás da escolha do padrão japonês. O Ethos predominante no discurso do radiodifusor, com base na argumentação lógica, acentua a postura de progresso e a neutralidade.

A invenção proposta legitimadora da postura assumida esteve assentada nos seguintes pares de opostos: liberdade versus autoritarismo; qualidade versus envolvimento; harmonia versus desarmonia.

O grupo composto pelo Intervozes destaca a indecisão do governo FHC, as características da demanda brasileira, a sociedade do conhecimento, os passos da implantação da TV digital e a escala industrial. Contrariamente a posição dos radiodifusores, atribui especial importância à troca de cadeiras no Ministério das Comunicações e à missão do Ministro Hélio Costa, com ênfase nas consequências sociais (numa clara alusão aos jogos de poder que estiveram por detrás da escolha do padrão da TV digital). O Ethos predominante nesse discurso enfatiza as omissões, a não transparência na tomada de decisões — como jogos de paixões, acentua os aspectos de crítica pela imposição de interesses particulares.

No Informativo Intervozes (Maio de 2006), ataca os interesses das Organizações Globo com o título: *Sem qualquer vergonha – Hélio Costa veta até demonstração de outros países*. Acusa o ministro de recusar-se a receber representantes da sociedade civil e das rádios comunitárias:

“O ministro das Comunicações, Hélio Costa, perdeu completamente o pudor de defender os interesses das Organizações Globo, provando a cada dia que não possui a impessoalidade necessária para o exercício do cargo e cumprimento de seus deveres constitucionais

A última do ministro em defesa do padrão japonês ocorreu no dia 16 de maio, durante o seminário que a Câmara dos deputados realizou sobre o tema, quando determinou que a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) proibisse as transmissões experimentais dos padrões norte-americano, europeu e brasileiro, já que os japoneses não haviam aparecido. De uma só vez, o ministro interferiu na interdependência de um outro poder da República e mostrou não ter a impessoalidade que se espera de um ministro de Estado.”

A invenção proposta legitimadora da postura assumida esteve assentada nos seguintes pares de opostos: autoritarismo versus democracia; inclusão versus exclusão; verdade versus mentira.

O representante de Telecom destaca a divergência entre os interesses do público e os interesses da indústria, a necessidade de estabelecer o foco nos consumidores, a responsabilidade social e o acerto de contas com a sociedade — numa clara denúncia de não transparência e de favorecimento às organizações Globo. O Ethos predominante no discurso enfatiza os jogos de poder em oposição à postura democrática que deveria pautar tão importante decisão, na qual, o principal interesse a ser atendido, deveria ser aquele do consumidor.

A indústria de Eletro-eletrônicos, com interesses predominantemente comerciais, considera que o padrão de TV digital escolhido, embora tenha atendido basicamente o interesse das Organizações Globo, foi acertado — sobretudo dada sua flexibilidade e adaptabilidade à realidade brasileira.

A invenção proposta legitimadora da postura assumida esteve assentada nos seguintes pares de opostos: adequação versus não adequação; adaptabilidade versus rigidez; adequado versus não adequado.

A Academia, cujos interesses estariam voltados para a pesquisa e desenvolvimento tecnológico, posicionou-se de maneira dúbia: ora criticando, ora colocando-se a favor do Decreto 5820. Enfatizando a possibilidade de desenvolvimento de tecnologia nacional como fator contributivo para o desenvolvimento de nosso país.

A invenção proposta legitimadora da postura assumida esteve assentada nos seguintes pares de opostos: inclusão versus exclusão; pesquisas versus empirismo; tecnologia nacional versus tecnologia estrangeira.

É interessante observar, seguindo a perspectiva da Nova Retórica (proposta por Perelman), o esforço dos agentes ao enunciar elementos que podem ser caracterizados como uma argumentação quase-lógica, ao escolher aspectos do discurso que favoreçam seus interesses, ao buscar argumentos que proporcionam legitimidade.

4.2 POSICIONAMENTO COM BASE NA ANÁLISE RETÓRICA

A retórica integral, de inspiração aristotélica, acentua a busca de argumentos na invenção, contrastando com a Análise Retórica, sempre em busca de unir comunicação e contexto, perfil do comunicador, qualidade e eficiência do discurso.

Quadro 12. Estratégia de Posicionamento na Perspectiva da Análise Retórica

Primeira fase: “1994 a 2003”

ANTECEDENTES DA SITUAÇÃO	<i>“Nos antecedentes da situação busca-se identificar a situação de momento com as variáveis de ameaças e oportunidades presentes num determinado contexto.” Campbell (1982, p.37)</i> Nesse período iniciavam-se os primeiros debates sobre a possibilidade de implantação da TV digital no Brasil. A situação era incerta quanto aos rumos que os debates tomariam. Os defensores da necessidade da imediata implantação de um padrão digital eram os radiodifusores. O Governo federal acenava, timidamente, com essa possibilidade e os demais agentes ainda não tinham se envolvido efetivamente nos debates. Segundo relato de seu representante, Roberto Franco, nesse período, a posição assumida pelos radiodifusores apontava para o Brasil entrando, o mais rapidamente possível, na era digital, visto que o mundo caminhava nessa direção. O atraso no
---------------------------------	--

	desenvolvimento desse projeto poderia acarretar sérias consequências, tanto no campo tecnológico quanto no campo social. Afirma: <i>“Em 1994, quando o assunto já vinha sendo discutido, quando já existia o padrão americano sendo proposto até surgir o padrão DVB e o padrão japonês ainda não estava pronto, não estava formalizado. Nós formamos um primeiro grupo de trabalho conjunto de emissoras com coordenação da SET, parceria com a ABERT e o envolvimento posterior da ANATEL, promovido aí na época do ComTV, em que se criou um primeiro grupo de trabalho formal sobre o assunto TV Digital. (Roberto Franco – Presidente da SET / Diretor de Tecnologia do SBT – 28.06.07)</i> O texto acima mostra o pioneirismo nas discussões que posteriormente se seguiriam. Foi proposto pelos radiodifusores, sendo que, somente em 1997, o Governo, representado pelo COM-TV, aceita essa idéia, embora a Sociedade Civil, a Indústria de Telecom, a Indústria de Eletro-eletrônico e a Academia não compactuassem com essa urgência na implantação de um novo padrão de televisão.
O PROBLEMA RETÓRICO	Segundo Campbell (1982, p.69): <i>“Um problema é um hiato entre o que temos e o que queremos ter. Na ação retórica, um retor (o comunicador) confronta um público que percebe, entende, ou acredita de um jeito e (esse mesmo comunicador) quer que esse público perceba, compreenda ou acredite de outro jeito. O problema retórico é um conceito abrangente que inclui todos os obstáculos enfrentados por comunicadores.”</i>

Os interesses do grupo de radiodifusores, predominantemente comerciais, objetivavam fazer a transição do modelo analógico para o modelo digital. Para isso era necessário convencer os órgãos competentes da pertinência desse empreendimento. Esse período ficou marcado pelos testes desenvolvidos pelos engenheiros brasileiros, em conjunto com a academia, que avaliaram os três sistemas que estavam em debate no mundo: O Norte Americano (ATSC), o Europeu (DVB) e o Japonês (ISDB).

O Governo Federal percebeu que a TV digital transcendia a questão meramente técnica e começou a discutir o assunto do ponto de vista político e estratégico.

Os Telecoms, cujos interesses maiores também eram comerciais, passaram, naquele momento, a empregar um discurso de que o foco deveria ser sempre voltado ao consumidor, pois, a exemplo da discussão que houve na implantação de tecnologia de celular no Brasil (no período de 1997 a 2000), o debate tomou rumos a favor dos europeus (em detrimento do sistema Norte-Americano), que queriam impor o foco na indústria. Afirma o representante da indústria de Telecom:

“Mas a discussão pública ela veio a tona em 2000 mesmo, através de uma consulta pública da Anatel no que seria melhor para o Brasil, ficar no modelo americano ou ir para o modelo europeu, que naquele momento já tinha sido globalizado. Então a discussão foi muito difícil porque nós já tínhamos uma coisa implantada, mas prevaleceu o bom senso naquela época, porque a discussão era aberta, era pública e era centrada na vantagem para o consumidor. esse era o ponto central. e após vários anos nós vimos a penetração do celular que não é um aparelho muito barato, excepcionalmente alto, então foi uma história de sucesso.”

	A Academia iniciou seus trabalhos de pesquisa a partir de 1996, fazendo testes de transmissão do padrão MPEG-2 em alta-definição. A indústria de Eletro-eletrônica esteve pouco envolvida nesse período. Os debates ficaram mais acalorados logo após a promulgação dos decretos que fomentaram a TV digital no Brasil. Como ressalta Morris Arditti, vice-presidente da Gradiente: <i>“Antes do decreto, nós, em termos de indústria, fomos muito pouco envolvidos. Eu até costumo dizer que nos meus 35 anos de carreira essa é a primeira vez que eu sento, porque a televisão alguém transmite e alguém recebe, e esses dois setores nunca sentaram juntos, pelo menos aqui no Brasil. E agora com o negócio da TV digital é a primeira vez que se senta juntos e conversa-se e negocia-se e fazem os compromissos no sentido de ceder ou deixar de ceder nesse sentido aí em torno das especificações.”</i> O Coletivo Intervozes, nesse período, estava ausente das discussões sobre TV digital. Começam a ter uma participação mais efetiva nos debates a partir de 2003, no início da gestão do Deputado Miro Teixeira frente ao Ministério das Comunicações. Em síntese, pode-se afirmar que, nesse primeiro período, começam a ficar claras as parcerias que seguirão, ao longo das discussões, aproximando os agentes fomentadores. Também começam a ficar caracterizadas as posições assumidas por cada ator em defesa de seu próprio interesse.
ANATOMIA DA MENSAGEM	Segundo Tereza Lúcia Halliday (1986, p.127): <i>“Faz-se necessário identificar cada parte do ato retórico, fazendo um levantamento de seu vocabulário, argumentos e figuras de linguagem,</i>

que constituem a anatomia do discurso.”

A linguagem dos radiodifusores, nesse período, caracterizou-se pela apologia e desenvolvimento, assentada em expressões do gênero: “não podemos mais ficar esperando para migrar para era digital, pois se não entraremos na berlinda da tecnologia e ficaremos a mercê do que foi definido por outros países”.

A linguagem do Governo federal, acentuadamente cautelosa, reforçou a idéia de que tal decisão deveria ser analisada em profundidade antes de qualquer definição.

A linguagem da academia voltou-se para a necessidade de desenvolver tecnologia nacional. Como destaca Marcelo Zuffo, Professor Livre-docente da USP:

“A TV digital no Brasil é uma história longa, de quase dez anos, e eu sempre fui um defensor da importância do desenvolvimento de uma tecnologia nacional e foi com esse intuito que todo o meu interesse é norteado, a possibilidade de se ter componentes essenciais desse processo de TV digital com o domínio tecnológico e científico brasileiro. Isso poderia criar as bases virtuosas de uma indústria de base tecnológica, geradora de emprego e que nos propiciasse o domínio de algum setor de atividade econômica.”

O Telecom manteve um discurso voltado para o consumidor e a possibilidade de termos escalabilidade de produção no set top box, fazendo com que os custos da TV digital no Brasil fossem confluentes com o padrão social do nosso país.

O vocabulário exposto pela Indústria de Eletro-eletrônico e do Coletivo Intervenções caminhou, nesse momento, pela indiferença. Esse setor, nessa fase, teve papel de pequena

	relevância.
CONTINGÊNCIAS	Segundo Tereza Lúcia Halliday (1986, p.128) <i>“Todo ato retórico sofre limitações e restrições que contribuem para limitar o conteúdo e a forma.”</i> Os radiodifusores, para alcançar seus interesses, deveriam omitir a relação custo/benefício presente no empreendimento. A opção do padrão japonês se mostrava cara para a economia brasileira, visto que era uma tecnologia nova em relação aos outros dois padrões pesquisados e, por conta disso, já tinham seus custos diluídos em seus respectivos países. O Governo federal não poderia se posicionar claramente a favor das discussões, pois a influência dos radiodifusores poderia ficar bastante evidente para a população. Nesse momento, a academia utilizava o discurso de atacar a indústria nacional, declarando o setor como totalmente reativo a todo o processo de TV digital, contrário à alta-definição, ao padrão MPEG-4, a toda e qualquer proposta de inovação tecnológica. Como relata Marcelo Zuffo, professor livre-docente da USP: <i>“É uma indústria de imagem, é uma indústria de contrabando, é uma indústria do cinza, é uma indústria que oferece ao consumidor brasileiro uma tecnologia obsoleta sob o argumento de ser obsoleta pelo baixo custo e portanto acessível à população.”</i> A indústria de Telecom, nesse momento, não poderia ressaltar que sua tecnologia estava obsoleta em comparação à tecnologia japonesa. Ela tinha o foco na multi-programação e na portabilidade, porém não no desafio da alta-definição. A indústria Eletro-eletrônica não podia mostrar fraqueza no momento dos testes de análise de qualidade dos três padrões em pesquisa, pois, o setor tinha uma fragilidade no quesito de

	concorrência do set top box e toda a linha de produtos eletrônicos para atender o segmento da TV digital. Como destaca Morris Arditti, vice-presidente da Gradiente: <i>“Se fosse puramente japonês, puramente europeu, ou puramente americano, tanto faria pois a indústria brasileira iria fazer os receptores, mas iria sofrer uma concorrência daquela empresas que já atuam com produtos nesse tipo de sistema. Ao escolher um sistema brasileiro ou qualquer um dos outros três com adaptações brasileiras isso acabou tirando a vantagem que as empresas de fora tinham no processo.</i> O Intervozes, na fase inicial do processo de testes dos padrões, ficou literalmente excluído do debate.
--	--

Quadro 13. Estratégia de Posicionamento na Perspectiva da Análise Retórica

Segunda fase: “2003 a 2006”

ANTECEDENTES DA SITUAÇÃO	<i>“Nos antecedentes da situação busca-se identificar a situação de momento com as variáveis de: ameaças e oportunidades presentes num determinado contexto.” Campbell (1982, p.37)</i> Decorrente do período anterior, no qual foram feitos testes sobre os três sistemas — Japonês (ISDB), Norte-Americano (ATSC) e Europeu (DVB) —, ficaram evidenciadas algumas discussões realizadas pelos agentes envolvidos. No final desse período, em 26 de novembro de 2003, surge o decreto 4901 que privilegiava o modelo europeu e direciona o foco no sentido da democratização da informação, postura que interessava ao grupo Intervozes e aos Telecoms.
---------------------------------	--

O PROBLEMA RETÓRICO

Segundo Campbell (1982, p.69):

“Um problema é um hiato entre o que temos e o que queremos ter. Na ação retórica, um retor (o comunicador) confronta um público que percebe, entende, ou acredita de um jeito e (esse mesmo comunicador) quer que esse público perceba, compreenda ou acredite de outro jeito. O problema retórico é um conceito abrangente que inclui todos os obstáculos enfrentados por comunicadores.”

O Governo federal, na defesa de seus interesses, voltado para integração e desenvolvimento de tecnologia nacional, durante atuação de Miro Teixeira (em parceria com o Deputado José Dirceu) como do Ministro das Comunicações, privilegia os interesses da sociedade civil, representados pelo Coletivo Intervenientes, em detrimento da tecnologia que os radiodifusores defendiam.

De certo modo o decreto 4901/03 prejudicava os interesses comerciais dos proprietários das mídias televisivas, fato esse que acarretou sólida divergência com os interesses que os radiodifusores tinham em manter seu modelo de negócio baseado em publicidade. O referido decreto privilegiava a pulverização da mídia, possibilitando, dessa maneira, a inserção de novos *players*. Por isso, os radiodifusores se uniram para alterar esse decreto. Argumentavam que a tecnologia do padrão europeu (MPEG-2) estava ultrapassada e, se o Brasil adotasse essa tecnologia, não estaria privilegiando a alta-definição, visto que ela não contemplava tal função, utilizando apenas a faixa de 6MHz que estava disposta no decreto.

Para a indústria Eletro-eletrônica não interessava que fosse implantado um padrão proprietário, ou seja, puramente Japonês, Europeu ou Norte-Americano. Eles ficariam dependentes dessas

	tecnologias e teriam um custo mais alto para produzi-la no Brasil. Nesse cenário, os interesses da academia estavam sendo favorecidos, visto que o Governo estava fomentando a pesquisa com repasse de verbas — chegando ao montante aproximado de 60 milhões de reais. Para a academia esse foi o melhor período. Nesse momento a academia estava interessada em desenvolver uma tecnologia 100% nacional, dessa forma poderia exportar a tecnologia para toda América latina. Estávamos diante de um impasse, ou, na linguagem de Burke, “diante de uma situação retórica abrangente”. Tanto que a academia discordava radicalmente da Indústria de Telecom em implantar o padrão europeu, pois, propunha tecnologia nacional como gestão do conhecimento o que, certamente, conduziria ao desenvolvimento de algum setor da economia do país.
ANATOMIA DA MENSAGEM	Segundo Tereza Lúcia Halliday (1986, p.127): <i>“Faz-se necessário identificar cada parte do ato retórico, fazendo um levantamento de seu vocabulário, argumentos e figuras de linguagem, que constituem a anatomia do discurso.”</i> Governo, Intervenções e Telecom estavam direcionados para a possibilidade da democratização da informação, com o foco no consumidor. As palavras-chave que predominaram no discurso desse período: democratização, integração, desenvolvimento, inclusão digital e cidadania. Academia: Utilizava no seu discurso o desenvolvimento de uma tecnologia totalmente nacional, com fomento a pesquisas e possibilidades de uso na educação à distância através da interatividade plena. O discurso ressaltava, basicamente, o nacionalismo.

	Nesse momento, o Radiodifusor colocava a questão da alta-definição e da robustez do sinal em primeira instância de todos os debates. Contrariamente à posição do Governo Federal, Telecom e Intervozes, predominantemente voltavam-se para a tecnologia de ponta, indicavam o absurdo de se implantar um padrão superado, da qualidade em detrimento da abrangência. A indústria de Eletro-eletrônica posicionava-se ao lado do radiodifusor, argüindo a possibilidade de uma tecnologia híbrida.
CONTINGÊNCIAS	Segundo Tereza Lúcia Halliday (1986, p.128) <i>“Todo ato retórico sofre limitações e restrições que contribuem para limitar o conteúdo e a forma.”</i> Em nenhum momento desse período o Governo aponta para questão tecnológica como determinante. Insiste sempre no aspecto social. O grupo Intervozes evita, também, qualquer referência à tecnologia. Os Telecoms insistiam no barateamento da tecnologia e escondiam o fato do sistema DVB obrigar que a veiculação do sinal de TV para celulares passe por uma operadora de telefonia. Gerando um custo adicional para o consumidor que desejasse adquirir esse serviço. A indústria de Eletro-eletrônicos evitava fazer referência a falta de tecnologia de ponta, pois isso comprometeria seus interesses. A academia tinha que evitar abordar a tecnologia, uma vez que o padrão europeu era inferior ao japonês. Por isso, insistiam nos aspectos sociais, como a geração de empregos. O radiodifusor, em nenhum momento desse período, destaca a possibilidade da multi-programação como um diferencial dentro do sistema de TV digital, pois, essa possibilidade contrariava seus interesses.

Quadro 14. Estratégia de Posicionamento na Perspectiva da Análise Retórica

Terceira fase: “2006 a 2007”

ANTECEDENTES DA SITUAÇÃO	<i>“Nos antecedentes da situação busca-se identificar a situação de momento com as variáveis de: ameaças e oportunidades presentes num determinado contexto.” Campbell (1982, p.37)</i> Com a queda do Chefe da Casa Civil (o Deputado José Dirceu) e a entrada do Ministro Hélio Costa, o direcionamento toma novos rumos. É elaborado o Decreto 5820/06 (em substituição ao decreto 4901/03), estabelecendo o funcionamento da TV digital brasileira, sendo o sistema japonês escolhido para ser o padrão definitivo da TV digital no Brasil.
O PROBLEMA RETÓRICO	Segundo Campbell (1982, p.69): <i>“Um problema é um hiato entre o que temos e o que queremos ter. Na ação retórica, um retor (o comunicador) confronta um público que percebe, entende, ou acredita de um jeito e (esse mesmo comunicador) quer que esse público perceba, compreenda ou acredite de outro jeito. O problema retórico é um conceito abrangente que inclui todos os obstáculos enfrentados por comunicadores.”</i> O problema retórico do Governo Federal, com a mudança no Ministério e as novas alianças, agora, era outro. Enfatizou os aspectos tecnológicos em detrimento dos aspectos sociais presentes no decreto anterior (4901/03) que privilegiava, pela pressão dos Telecoms, o padrão europeu. Os radiodifusores, com seus interesses atendidos, defendendo a mono-programação, queriam manter o seu padrão de negócios para não pulverizar a publicidade. Deixaram de lado as

	críticas ao Governo e passaram, então, a criticar aqueles que não entendiam a necessidade de se adotar tecnologia de ponta, justamente aquela do padrão japonês. O Intervozes, tendo o seu foco sempre voltado para a democratização da informação, sofreu uma grande derrota em relação aos seus interesses, limitando-se à intensificar suas críticas ao padrão japonês. Enfatiza, também, que não havia necessidade de tamanha urgência nessa implantação. Os Telecoms, por sua vez, não tinham mais como impor a sua tecnologia. Restando ao grupo, apenas, defender a existência do canal de retorno, indispensável para possibilitar a interatividade plena. Os interesses da indústria de Eletro-eletrônicos, com o padrão híbrido definido pelo decreto, acabaram não sendo afetados. Por isso, mantiveram-se, a partir de então, indiferentes. A Academia, com seu foco dubio, também primou por certa neutralidade. Se, por um lado, foi prejudicada ao cessar o investimento em pesquisa, por outro, foi favorecida, ao se possibilitar que uma parte da tecnologia pesquisada por ela fosse contemplada dentro do sistema TV digital brasileira através do middleware Ginga.
ANATOMIA DA MENSAGEM	Segundo Tereza Lúcia Halliday (1986, p.127): <i>“Faz-se necessário identificar cada parte do ato retórico, fazendo um levantamento de seu vocabulário, argumentos e figuras de linguagem, que constituem a anatomia do discurso.”</i> O governo primou pela valorização do desenvolvimento tecnológico. O que interessava como discurso, nesse momento, era a qualidade do som e da imagem e a robustez da TV móvel (portabilidade e mobilidade). A não democratização da informação passa a ser justificada em seus discursos.

	Os radifodifusores enfatizaram a questão tecnológica, com termos voltados para um novo tempo: desenvolvimento, tecnologia de ponta, qualidade da programação. Os Telecoms insistiam no barateamento da tecnologia e evitavam abordar os aspectos relacionados à tecnologia de alta-definição, pois o seu sistema não comportava tal qualidade em 6 MHz. O Intervozes denunciava, como anti-democrática e elitista, a posição do Governo e dos radiodifusores. Ressaltava a valorização da tecnologia em detrimento do consumidor, usando vocabulário que inseria termos como: denúncia, fraude, favorecimento, etc.
CONTINGÊNCIAS	Segundo Tereza Lúcia Halliday (1986, p.128) <i>“Todo ato retórico sofre limitações e restrições que contribuem para limitar o conteúdo e a forma.”</i> Tanto o Governo federal quanto os radiodifusores evitavam abordar a questão social, insistindo nos aspectos meramente tecnológicos. O Intervozes descaracterizava a importância da tecnologia, pretendendo valorizar os aspectos da questão social. Os Telecoms omitiam a questão da tecnologia que dispunham (que não era de alta-definição), por isso insistiam, apenas, no barateamento do sistema, justificando que o foco deveria ter sido sempre o consumidor, e nunca a indústria. A Academia omitia sua dependência do Governo, buscando passar uma imagem de independência. A indústria de Eletro-eletrônico escondia o alto custo dos set top Box, e pressionava o Governo para baratear os impostos dos componentes importados.

Nos quadros acima, com base nos quatro passos iniciais da Análise Retórica e seu método histórico-crítico, pode-se perceber, em função das mudanças no contexto, a mudança de discurso de cada um dos agentes.

Inicialmente, os radiodifusores impulsionaram os debates sobre a implantação da TV digital no Brasil. Com a promulgação do decreto 4901/03, que indicava o padrão europeu, acirraram-se as discussões. A atuação dos radiodifusores e a sua influência sobre o Governo, mais acentuadamente, após mudança do Ministro, permitiu a promulgação do Decreto 5820/06, que conduziu a adoção do padrão japonês como definitivo.

Desse modo, dependendo da mudança do contexto, o problema retórico, a anatomia da mensagem, as contingências também se modificaram.

O quinto e o sexto passo “Interpretação” e “Julgamento” serão apresentados a seguir, com base nesses debates.

4.3 INTERPRETAÇÃO E JULGAMENTO DO DISCURSO

Para interpretar os diferentes discursos representativos dos interesses dos agentes envolvidos, optou-se por destacar dois referenciais teóricos diametralmente propostos:

Por um lado, os pesquisadores César Ricardo Siqueira Bolaño e Valério Cruz Brittos, que podem ser classificados como humanistas e, por outro, Gerald Griffin, defensor de uma postura mais pragmática em relação aos grupos de poder.

Assim, para Bolaño e Brittos, o Grupo Intervenções, na defesa da democratização da informação, embora excluídos do Fórum de TV digital, tiveram importante papel ao denunciar as estratégias utilizadas pelos radiodifusores no sentido de cooptar o Governo Federal para atender seus interesses, em detrimento dos interesses da sociedade brasileira. Bolaño e Brittos afirma:

“Essa baixa participação da sociedade brasileira na sua pluralidade, nas dinâmicas de regulamentação, tem-se repetido no âmbito da definição da digitalização das transmissões televisivas. Mesmo no período mais recente da história do país, fazendo-se um corte a partir do desencadeamento do processo de sua modernização com a Revolução de 30, não houve uma mudança do sentido de incorporação regular dos trabalhadores e sua visão de mundo na esfera decisória.” (2007, p.35)

Para Gerald Griffin, os estratagemas fazem parte integrante do mundo dos negócios, no qual a astúcia representa importante papel. Nessa perspectiva, os radiodifusores souberam manipular, habilmente, a situação que se apresentava para alcançar seus objetivos. Griffin afirma:

“As lutas e as guerras de vida e morte que ocorriam nos campos de batalha agora são travados nas salas de reunião da diretoria. Os capitães de cavalaria foram substituídos por capitães de indústria. As decisões dos generais não são a respeito de tomar colinas e vales, mas sobre a conquista de novos mercados; não são decisões sobre o tratamento a ser dispensado aos prisioneiros de guerra, mas sobre como tratar as pessoas afetadas pela compra de sua empresa.”(1996, p.14)

Desse modo, dependendo da ótica com a qual se analisa a implantação da TV digital no Brasil, pode-se tanto conceber que diante das circunstâncias e da correlação de forças estabelecidas os radiodifusores foram eficientes e éticos ou mesmo eficientes e não-éticos. Em relação ao grupo Intervozes, pode-se também afirmar que, embora não contemplados em suas idéias, estiveram determinados a lutar pelos interesses democráticos da sociedade. Nesse sentido, podem ser considerados como não-eficientes, mas, profundamente éticos.

Quanto a Indústria de Telecom, cujo interesse estava na adoção do padrão europeu pode-se considerar que não foram eficientes uma vez que seus objetivos não foram alcançados. Em relação ao aspecto ético, podem ser classificados como não-éticos, uma vez que lançaram mão de subterfúgios na mídia impressa.

Em relação aos interesses da Indústria de Eletro-eletrônicos, a escolha do modelo japonês foi indiferente. Portanto não é possível analisar o grau de eficiência alcançada. Quanto ao aspecto ético, nenhum fato de cunho moral teve relevância.

A Academia, em razão de sua subserviência às verbas governamentais, manteve uma posição dúbia: “inicialmente em oposição aos radiodifusores e, posteriormente, em favor dos mesmos”. Esse procedimento pode ser classificado, na perspectiva de Bolaño, como não-ético e oportunista. Já na visão de Griffin, ele seria como natural, uma vez que, ao defender o repasse de verbas, está defendendo os interesses da instituição que representa.

Assim, de modo geral, aquele que não teve seus interesses atendidos (Grupo Intervozes, Telecom), em seu discurso, tende a valorizar os aspectos sombrios que se pode vincular ao poder — pela exploração daquilo que é negativo. Por outro lado, aqueles que

impuseram seus interesses (Radiodifusores, Governo Federal), fazem emergir o uso “nobre” do poder, ressaltando a legitimidade de sua atuação.

Os beneficiados, mesmo não fazendo parte do grupo de poder, tendem a permanecer neutros (Indústria de Eletro-eletrônicos). O poder é, por sua natureza, ambíguo, uma vez que não pode ser distribuído equitativamente. É preciso, pois, ao pesquisador, verificar a posição ocupada no contexto por aquele que assume tal ou qual postura. Deve-se verificar se está entre os que o possuem ou entre os excluídos do poder, esses últimos em clara condição de subordinação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não foram poucas as dificuldades encontradas na elaboração desse trabalho em virtude, inclusive, das próprias limitações decorrentes do restrito acesso aos atores envolvidos no processo de implantação da TV digital no Brasil.

Temos consciência de que apenas iniciamos a exploração de um dos fatos de grande relevância para a opinião pública, explicitando alguma das técnicas retóricas utilizadas pelos agentes na defesa de seus interesses: Governo Federal, Radiodifusores, Telecoms, Indústria de Eletro-eletrônicos, Sociedade Civil e Academia.

Optamos por apresentar, nos quadros 7, 8, 9 e 10, a relação entre interesses dos agentes e seus discursos, de modo a ressaltar alguns pontos significativos da atividade retórica. Nossa comparação entre a coerência do discurso e os interesses dos diferentes atores apoiou-se nos temas capitais presentes nas discussões dos modelos de TV digital: evolução da digitalização da TV, Decreto 5820/06; convergências das mídias e multi-programação. Com base nesses quadros é possível inferir que:

1. Tanto os representantes dos grupos que defendiam a imediata implantação do modelo japonês (Governo Federal e Radiodifusores) quanto os representantes dos grupos que defendiam o adiamento e a adoção do modelo Europeu (Sociedade Civil e Telecom), até aqueles que conservaram uma posição neutra em decorrência de seus interesses (Indústria de Eletro-eletrônica), tiveram como objetivo central a busca de seus interesses por meio da persuasão caracterizado em alguns momentos pela disposição de negociar, em outros pela declaração de franca oposição ao modelo adotado, como foi o caso do grupo Coletivo Intervozes. Faz-se necessário ressaltar que, as posições assumidas inicialmente, foram se transformando ao longo do processo. O grupo Intervozes, por exemplo, na primeira fase dos debates (1994-2003), era favorável ao ponto de vista da academia - defendendo o desenvolvimento de tecnologia cem por cento nacional. Todavia, na segunda fase (2003-2006), ao perceber que o padrão nacional não seria adotado, assumiu a posição de apoio ao sistema Europeu. Esse sistema propiciava a multi-programação (democratização), em consonância com os interesses da Indústria de Telecom, em detrimento da alta-definição presente nos modelos tanto japonês quanto norte-americano.

2. Embora os discursos dos diferentes agentes apresentem conotações retóricas diferentes, o embate estratégico ocorreu em perfeita consonância com os interesses em jogo: o grupo representado pelos Radiodifusores, defensor da adoção do modelo japonês, teve seu discurso caracterizado pela presença e unicidade do significado da mensagem. Esse discurso valoriza o nível apologético da tecnologia, não deixando espaço para dúvidas e questionamentos, acentuado pelo próprio caráter das expressões enunciadas: integração; desenvolvimento; novo tempo e qualidade. Por sua vez, os defensores do modelo Europeu, representado pela indústria de Telecom, denunciaram a falta de diálogo nas discussões, e o caráter autoritário do Decreto 5820/06.
3. As mensagens alicerçadas no verossímil, no plausível, no provável, acompanhadas de fortes componentes afetivos e emocionais, buscavam denunciar os procedimentos utilizados pelos grupos concorrentes, ao mesmo tempo que preservavam seus interesses do grupo que as emitia. O decreto 4901/03 que fazia menção a adoção do modelo Europeu (do qual a multi-programação era parte significativa), foi criticado violentamente pelos radiodifusores. O mesmo se deu em relação ao Decreto 5820/06 que adotou o japonês (que privilegia a alta-definição e ao mesmo tempo, a mono-programação) – também foi criticado radicalmente pelo grupo intervozes e a indústria de Telecom.

Assim, valorizamos o pressuposto que somos seres retóricos por excelência, isto é, usamos a linguagem como instrumento de mudança ou reforço de percepções e sentimentos, valores, posicionamentos e ações embasados em estratégias intencionalmente escolhidas, no intuito de responder aos ditames de uma situação.

O Governo Federal, ao ressaltar a integração e o desenvolvimento, justificou sua postura inovadora e moderna. O Intervozes, (um dos representantes da sociedade civil), criticou fortemente o Decreto 5820/06 pelas seguintes razões: limitado efeito democrático, a não adequação da convergência das mídias e denúncia da não efetividade da multi-programação. Os Radiodifusores, na pretensão de manter seus privilégios, enfatizaram a necessidade da continuidade do mesmo modelo de negócio, ou seja, a troca de audiência por publicidade. A indústria de eletro-eletrônica acentuou a necessidade da interatividade, embora para eles, tanto a multi-programação, bem como a mono-programação, eram aceitáveis, uma vez que não provocaria qualquer interferência no seu modelo de negócio. Por isso, o discurso

dessa indústria primou por um posicionamento efetivo em relação a adoção de uma tecnológica nacional que, mesmo não sendo inteiramente viável, deveria estar apoiada na utilização de componentes nacionais. A indústria de Telecom posicionou-se pela adoção do padrão Europeu de TV digital (DVB), uma vez que esse padrão, implantado em mais de cinquenta países no mundo, casava melhor com seus interesses comerciais. Um grupo de representantes da academia, que defendia o padrão brasileiro, buscou identificar-se com a posição do Governo Federal, visto que são dependentes das verbas de pesquisa.

Portanto, desde as primeiras discussões, em março de 1994, até a promulgação do Decreto 5820/06 e, conseqüentemente, o início do funcionamento da TV digital no Brasil previsto para 02 de Dezembro de 2007 (na cidade de São Paulo e posteriormente nas demais cidades do Brasil), a disputa retórica caracterizada pela alternância de posições estratégicas dos agentes na defesa de seus interesses possibilitou, finalmente, a adoção do modelo japonês, padrão esse, que favorece acentuadamente o modelo de negócio atual dos radiodifusores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDREWS, James. *The practice of Rhetorical Criticism*. New York, Wadsworth, 1982.

ANSOFF, H. Igor. *Nova estratégia empresarial*. São Paulo: Atlas, 1991.

ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. São Paulo, Difusão Européia do Livro, 1956.

ARISTÓTELES. *Dos argumento sofisticos*. São Paulo, Abril, 1980. (Os Pensadores, 1982).

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa, Edições 70, 1977.

BAZANINI, Roberto. *Marketing e Imagem Corporativa na Perspectiva da Rhetorical Criticism*. São Paulo, Plêiade, 2003.

BAZANINI, Roberto. *Visão Filosófica das Estratégias em Administração: Há Controvérsias e Conveniências*. São Paulo, COPEC/Plêiade, 2007.

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis, Vozes, 1985.

BITZER, Lloyd. *Funcional communication: a situational perspective*. In: WHITE, Eugene E, comp. *Rhetoric in transition*. Penn. State University Press, 1980.

BITZER, Lloyd. *The rhetorical situation: philosophy and rethoric*. State University Press, 1968.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. *A economia política do mercado brasileiro de televisão*. In: BARBOSA FILHO, André; Cosette; TOME, Takashi (orgs.) **Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005. Coleção comunicação-estudos. P.85-118.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. *A televisão brasileira na era digital: Exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes*. São Paulo: Paulus, 2007.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. *Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?* São Paulo, Paulus, 2007.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. *Políticas de Comunicación en el Gobierno Lula*. Diálogos de La Comunicación, Lima, n. 70, p. 38-55, 2004.

BORDIEU, Pierre. *O Mercado dos Bens Simbólicos*. In: A economia das trocas simbólicas (org. Sérgio Miceli). São Paulo, Perspectiva, 1997.

BORDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. RJ, Jorge Zahar, 1997.

BOYD JR., Harper S., Westfall, Ralph. *Método Científico e Projeto de Pesquisa*. São Paulo, Pioneira, 2001.

BRAGA, Maria Lúcia S. *Produção de linguagem e ideologia*. São Paulo, Cortez, 1980.

BROWN - *Técnicas de Persuasão: Da propaganda à lavagem cerebral*, 3. Ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1.976.

BURKE, Kenneth. *A Rhetoric of motives*. Berkeley, University California Press, 1966.

BURKE, Kenneth. *A Grammar of motives*. Nova York, Prentice-Hall, 1945.

BURKE, Kenneth. The rhetorical situation. In: THAYER, Lee, comp. *Communication: ethical and moral issues*. New York, Gordon and Breach, 1973.

BURKE, Kenneth. *A rhetoric of motives*. Berkeley, University California Press, 1966.

BURKE, Kenneth. *Language as symbolic action*. Berkeley, University California Press, 1966.

BURKE, Kenneth. *Retórica de la Religion*. México, Fundo de Cultura Econômica, 1975

CAMPBELL, Karlyn Khors. *The Rhetorical Act*. Belmont, California, Wadsworth, 1982.

CAPPARELLI, Sérgio e LIMA, Venicio A. *Comunicação e Televisão: Desafios da pós-globalização*. São Paulo, Hacker, 2004.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. *Fim de milênio*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASSIN, Bárbara - *Ensaio Sofísticos*, São Paulo, Siciliano, 1.990.

CARRAHER, Dádivo. *Senso crítico*. São Paulo, Pioneira, 1983.

CATHCART, Robert. *Post-communication: rhetorical analysis and evaluation*, 2ª ed., Indianápolis, Bobs-Merril, 1981.

CERVO, Amado Luis e BERVIAN, Alcino. *Metodologia Científica para uso dos estudantes universitários*. São Paulo, McGraw-Hill do Brasil, 1988.

CHAUÍ, Marilena - *Cultura e Democracia* , São Paulo, Moderna, 1.981.

CHRISTIASSEN, Clarice. *Publicidade: trilha armadilha*. São Paulo, PUC/SP, 1986.

CITELLI, Adilson. *Linguagem e persuasão*. São Paulo, Ática, 1985. (Série Princípios).

CROCOMO, Fernando Antonio. *TV Digital Produção Interativa: A Comunidade Recebe e Manda Notícias*. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina, 2004.

CRUZ, Renato. *O que as empresas podem fazer pela inclusão digital*. São Paulo: Ethos, 2004.

CRUZ, Renato. *Fora da Caixa: o processo de decisão sobre o sistema de TV digital no Brasil*. Tese de doutorado. São Paulo, USP, 2006.

DEBRAY Régis. *Manifestos Midiológicos*. Petrópolis, Vozes, 1995.

DEBRAY, Regis. *Curso de Midiologia Geral*, Petropolis, Vozes, 1,991.

DESCARTES, Rene - *Discurso sobre o Método*. São Paulo, Pioneira, 1972.

DIAS, Lia Ribeiro. (Coord.) *Inclusão digital: com a palavra, a sociedade*. São Paulo, 2003.

DUBOIS, Jean. *Retórica geral*. São Paulo, Cultrix, 1974.

ECO, Umberto. *Viagem pela irrealidade cotidiana*. São Paulo, Summus, 1981.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo, Perspectiva, 1964.

FAYARD, Pierre. *O jogo da interação: informação e comunicação em estratégia*. Caxias do Sul, EDUCS, 2000.

FEATHESTONE, Mike - *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo, Studio Nobel, 1995.

- FERRARA, Lucrécia D. *A estratégia dos signos*. São Paulo, Perspectiva, 1981. (Estudos,79).
- GASPERIN, Herman. *New television, old politics: the transition to digital TV in the United States and Britain*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- GODOY, A. S. *A pesquisa qualitativa e sua utilização em administração de empresas*. São Paulo: Rev. de Administração de Empresas, v.35. n. 4, p.65-71, jul/ago 1995.
- GONÇALO JÚNIOR. *País da TV: a história da televisão brasileira*. São Paulo, Conrad, 2001.
- GRACIAN, Baltazar. *A arte da prudência*. São Paulo, Martin Claret. 1998.
- GRIFFIN, Gerald R. *Maquiavel na administração: como jogar e ganhar o jogo do poder na empresa*. São Paulo, Atlas, 1996.
- HALLIDAY, Tereza. *Atos Retóricos*. São Paulo, Summus,1986.
- HALLIDAY, Tereza. *A Retórica das Multinacionais*. São Paulo, Summus, 1987.
- HAMEL, Gary. *Competindo pelo futuro: estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã*. 12.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- HOINEF, Nelson. *TV em expansão: novas tecnologias, segmentação, abrangência e acesso na televisão moderna*. Rio de Janeiro: Record, 1991.
- HOINEF, Nelson. *A nova televisão: desmassificação e o impasse das grandes redes*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.
- JENKINS, Henry. *Convergence Culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press, 2006.
- JOHANNESSEN, A. *Contemporary Theories of Rhetoric*, New York, Harper and Row, 1.972.

LALANDE, André. *Vocabulário técnico e crítico da filosofia*. São Paulo, Martins Fontes, 1.993.

LAZARSFELD, P.F.&MERTON, R.K. *Comunicação de Massa, Gosto Popular e Ação Social Organizada* In: Cohn, G (org). *Comunicação e Indústria Cultural*, 4ª. Ed. São Paulo, Nacional, 1978.

LEAL FILHO, Laurindo Lalo - *A melhor TV do mundo* - São Paulo: Summus, 1997.

LEVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: 34, 1993.

LEVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo: 34, 1996.

LEVY, Pierre. *A ideografia dinâmica: rumo a uma imaginação artificial?* São Paulo: Loyola, 1998.

LEVY, Pierre. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 1998.

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: 34, 1999.

LEVY, Pierre. *A conexão planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência*. São Paulo: 34, 2001.

LIMA, Venício A. de. *Mídia: teoria e política*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2. Ed., 2004.

LIMA, Venício A. de. *Mídia: Crise política no Brasil*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

LUHMAN , Niklas - *Poder*, Brasília - Universidade de Brasília, 1.985.

MACHADO, Arlindo. *A ilusão especular*. São Paulo, Brasiliense, 1984.

MALUF, José Roberto. *A retórica da ciência: Uma leitura de Goffman*. São Paulo. Educ, 1992.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão - A vida pelo vídeo-* São Paulo, Moderna, 1.988.

MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política*. Petrópolis: Vozes, 2002.

MCLUHAN, Marshall. *A Galáxia de Gutenberg*. São Paulo, Nacional, 1977.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de Comunicação como extensões do homem*. São Paulo, Editora Cuktrix, 1979.

MEYER, Henry. *Lógica, linguagem e argumentação*. Lisboa, Teorema, 1992.

MINTZBERG, Henry. *Safári de estratégias: o roteiro pela selva do planejamento*. São Paulo, Bookman, 2000.

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. *TV Digital Interativa: Conceitos, Desafios e Perspectivas para o Brasil*. Florianópolis, UFSC, 2005.

MORGAN, Garet. *Imagens da Organização*. São Paulo, Atlas, 1996.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. 4ª ed., Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1977.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ORLANDI, Eni P. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. São Paulo, Brasiliense, 1983.

ORLANDI, Eni P. *Discurso e leitura*. São Paulo, Cortez, 1988.

PERELMAN, Chaim. *Analogia e metáfora*. In: Enciclopédia Einandi, Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1987, 3º Vol.

PERELMAN, Chaim. *The realm of rhetoric*. Notre Dame, University of Notre Dame Press, 1982.

PERELMAN, Chaim. *Retóricas*. São Paulo, Martins Fontes, 1997.

PERELMAN, Chaim & OLBRECHTS-TYTECA, L. *The new rhetoric - A treatise on argumentation*. Notre Dame, Notre Dame University Press, 1958.

PERELMAN, Chaim. OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da Argumentação*. São Paulo, Martins Fontes, 1996.

PLEBE, A. *Breve história da retórica antiga*. São Paulo, EPU/EDUSP, 1978.

PORTER, Michael. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e de concorrência*. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

PORTER, Michael. *Estratégia competitiva*. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PORTER, Michael. *Competitive advantage: Creating and sustaining Superior Performance*. New York, Free Press. 1985.

RICHARDS, I.A. *Practical Criticism: A Study of Literary Judgment*. New York, Harcourt Brace, 1929.

ROCCO, Maria Thereza Fraga. *Televisão: A linguagem autoritária: televisão e persuasão*. São Paulo, Brasiliense, 1990.

ROHDEN, Luiz. *O Poder da Linguagem - A Arte Retórica de Aristóteles*. Porto Alegre, Epipucrs, 1.997.

ROSS, David. *Aristóteles*. Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1.987.

ROSS, R.S. *Persuasión, Comunicación y relaciones personales*. México, Trillas, 1978.

RUSSEL, Bertrand. *O Poder*. Rio de Janeiro, Zahar, 1.979.

SANTAELLA, Lucia . *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?*. 1. ed. São Paulo. Paulus, 2004.

SCHARTWZ, tony. *Mídia o segundo Deus*. São Paulo, Summus, 1985.

SCHELLING, Thomas C. *La estrategia del conflicto (The strategy of conflict)*. Madrid, Técnos, 1.964.

SEGNINI, Liliana. *A liturgia do poder*. São Paulo, EDUC, 1992.

SELLTZ (et alli). *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. São Paulo, Henoer, 1.993.

SENGER, Jules. *A Arte Oratória*. 2.ed. São Paulo, Difusão Européia do Livro, 1.960.

SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Cortez, 2002.

SILVA, Benedicto (coord). *Dicionário de Ciências Sociais*. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1987.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. *Exclusão digital: a mídia na era da informação*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da, CASSIANO, João. (Org.). *Software livre e inclusão digital*. São Paulo: Conrad, 2003.

SOARES, Murilo César. *Construindo o significado do voto: Retórica da Propaganda Política pela Televisão*. Tese de doutorado - ECA/USP, 1996.

TZU, Sun. *A Arte da Guerra*. Rio de Janeiro, Record, 2002.

WOLTON, Dominique. *Internet, e depois – Uma Teoria Crítica das novas mídias*. Porto Alegre, Sulina, 2003.

WOLTON, Dominique. *Elogio do Grande Público – Uma Teoria Crítica da Televisão*. Porto Alegre, Edições Asa, 2003.

ZACARELLI, Sérgio Batista. *Estratégia e Sucesso nas Empresas*. São Paulo, Saraiva, 2000.

PERIÓDICOS

DALL' ANTONIA, Juliano Castilho (Responsável). *Projeto Modelo de Implantação da TV digital no Brasil. Relatório Produto III. Análise das condições brasileiras para a implantação da tecnologia digital na transmissão terrestre de televisão* (preparado com exclusividade para a ANATEL). CPqD, 2002.

DANTAS, Marcos. *Nas pegadas da TV digital: Como e por que o capital reinventou a televisão*. Liinc em Revista, Vol.3, n.2, setembro 2007, p.30.

FUNDAÇÃO CPqD. *Relatório Produto III: Análise das condições brasileiras para a introdução da tecnologia digital na transmissão terrestre de televisão*. Versão 1.2, 2002. Disponível em www.anatel.gov.br. Acessado em 05/10/2007.

FUNDAÇÃO CPqD. *Relatório integrador dos aspectos técnicos e mercadológicos da televisão digital*, versão 1.0, 2001. Disponível em WWW.anatel.gov.br.

GINDRE, Gustavo. *Entenda porque as emissoras de TV querem o ISDB e o que isso vai representar na sua vida*. 2006. Disponível em: http://www.indecs.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=53> Acesso em 02/04/2006.

INFORMATIVO INTERVOZES. *A verdadeira disputa entre teles e emissoras*. São Paulo, Maio de 2006. p.18.

INFORMATIVO INTERVOZES. *Dez razões para adiar a decisão*. São Paulo, Maio de 2006. p.12-13.

INFORMATIVO INTERVOZES. *Operador de rede favorece a democratização*. São Paulo, Maio de 2006. p.20.

INFORMATIVO INTERVOZES. *Sem qualquer vergonha – Hélio Costa veta até demonstração de outros países*. São Paulo, Maio de 2006. p.21.

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. *A TV digital pode nos libertar do apartheid*. Disponível em <http://revistacult.uol.com.br/website>. Acesso em 27/07/2007.

KATTAH, Eduardo. O Ministro das Comunicações, Hélio Costa, acusou ontem as companhias telefônicas de estarem fazendo um ‘lobby nacional’ e ”comprando consciências” na mídia sob a TV digital. *Jornal O Estado de São Paulo*, caderno B7 – Economia. 14/03/2006.

SITES CONSULTADOS

Advanced Television Systems Committee – <http://www.atsc.org>

Agência nacional de Telecomunicações – <http://www.anatel.gov.br>

Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica – <http://www.abinee.org.br>

Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão – <http://www.abert.org.br>

Associação Brasileira de televisão por Assinatura – <http://www.abta.org.br>

Associação Nacional de Fabricantes de produtos Eletroeletrônicos – <http://www.eletros.org.br>

CPqD – <http://cpqd.com.br>

DVB – <http://www.dvb.org.br>

Editora Abril – <http://www.abril.com.br>

O Estado de São Paulo – <http://www.estado.com.br>

Federal Communications Commission – <http://fcc.gov>

Folha de São Paulo – <http://folha.com.br>

Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – <http://www.fndc.org>

O Globo – <http://www.oglobo.com.br>

Google – <http://www.google.com>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – <http://www.ibge.gov.br>

Instituto de Estudos e Projetos em Comunicação – <http://www.indecs.org.br>

Ministério da Ciência e Tecnologia – <http://www.mct.gov.br>

Ministério da Cultura – <http://www.cultura.gov.br>

Ministério das Comunicações – <http://www.mc.gov.br>

Produção Profissional - <http://www.producaoprofissional.com.br>

Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) – <http://www.sbtvd.cpqd.com.br>

Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão - <http://www.set.com.br>

Tela Viva – <http://www.telaviva.com.br>

Universidade Presbiteriana Mackenzie – <http://www.mackenzie.br>

Wikipedia – <http://www.wikipedia.com.br>

Youtube – <http://www.youtube.com>

ANEXOS

DECRETO N. 4.901, DE 26 DE NOVEMBRO DE 2003.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, alínea "a", da Constituição,

DECRETA:

Art. 1º Fica instituído o Sistema Brasileiro de Televisão Digital - SBTVD, que tem por finalidade alcançar, entre outros, os seguintes objetivos:

I - promover a inclusão social, a diversidade cultural do País e a língua pátria por meio do acesso à tecnologia digital, visando à democratização da informação;

II - propiciar a criação de rede universal de educação à distância;

III - estimular a pesquisa e o desenvolvimento e propiciar a expansão de tecnologias brasileiras e da indústria nacional relacionadas à tecnologia de informação e comunicação;

IV - planejar o processo de transição da televisão analógica para a digital, de modo a garantir a gradual adesão de usuários a custos compatíveis com sua renda;

V - viabilizar a transição do sistema analógico para o digital, possibilitando às concessionárias do serviço de radiodifusão de sons e imagens, se necessário, o uso de faixa adicional de radiofrequência, observada a legislação específica;

VI - estimular a evolução das atuais exploradoras de serviço de televisão analógica, bem assim o ingresso de novas empresas, propiciando a expansão do setor e possibilitando o desenvolvimento de inúmeros serviços decorrentes da tecnologia digital, conforme legislação específica;

VII - estabelecer ações e modelos de negócios para a televisão digital adequados à realidade econômica e empresarial do País;

VIII - aperfeiçoar o uso do espectro de radiofrequências;

IX - contribuir para a convergência tecnológica e empresarial dos serviços de comunicações;

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

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

Art. 2º O SBTVD será composto por um Comitê de Desenvolvimento, vinculado à Presidência da República, por um Comitê Consultivo e por um Grupo Gestor.

Art. 3º Ao Comitê de Desenvolvimento do SBTVD compete:

I - fixar critérios e condições para a escolha das pesquisas e dos projetos a serem realizados para o desenvolvimento do SBTVD, bem como de seus participantes;

II - estabelecer as diretrizes e estratégias para a implementação da tecnologia digital no serviço de radiodifusão de sons e imagens;

III - definir estratégias, planejar as ações necessárias e aprovar planos de aplicação para a condução da pesquisa e o desenvolvimento do SBTVD;

IV - controlar e acompanhar as ações e o desenvolvimento das pesquisas e dos projetos em tecnologias aplicáveis à televisão digital;

V - supervisionar os trabalhos do Grupo Gestor;

VI - decidir sobre as propostas de desenvolvimento do SBTVD;

VII - fixar as diretrizes básicas para o adequado estabelecimento de modelos de negócios de televisão digital; e

VIII - apresentar relatório contendo propostas referentes:

- a) à definição do modelo de referência do sistema brasileiro de televisão digital;
- b) ao padrão de televisão digital a ser adotado no País;
- c) à forma de exploração do serviço de televisão digital; e
- d) ao período e modelo de transição do sistema analógico para o digital.

~~Parágrafo único. O prazo para a apresentação do relatório a que se refere o inciso VIII deste artigo fica fixado em doze meses, a contar da instalação do Comitê de Desenvolvimento do SBTVD.~~

Parágrafo único. O prazo para a apresentação do relatório a que se refere o inciso VIII deste artigo é fixado em vinte e três meses, a contar da instalação do Comitê de Desenvolvimento do SBTVD. (Redação dada pelo Decreto nº 5.393, de 2005) (Prorrogação de prazo)

Art. 4º O Comitê de Desenvolvimento do SBTVD será composto por um representante de cada um dos seguintes órgãos:

- I - Ministério das Comunicações, que o presidirá;
- II - Casa Civil da Presidência da República;
- III - Ministério da Ciência e Tecnologia;
- IV - Ministério da Cultura;
- V - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior;
- VI - Ministério da Educação;
- VII - Ministério da Fazenda;
- VIII - Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão;
- IX - Ministério das Relações Exteriores; e
- X - Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República.

§1º Os membros do Comitê de Desenvolvimento do SBTVD serão indicados pelos titulares dos órgãos referidos nos incisos I a X deste artigo e designados pelo Ministro de Estado das Comunicações.

§2º Os membros do Comitê de Desenvolvimento do SBTVD serão substituídos, em suas ausências e impedimentos, por seus respectivos suplentes, por eles indicados, e designados pelo Ministro de Estado das Comunicações.

Art. 5º O Comitê Consultivo tem por finalidade propor as ações e as diretrizes fundamentais relativas ao SBTVD e será integrado por representantes de entidades que desenvolvam atividades relacionadas à tecnologia de televisão digital.

§1º Os membros do Comitê Consultivo serão designados pelo Ministro de Estado das Comunicações, por indicação das entidades referidas no **caput** deste artigo, de acordo com critérios a serem estabelecidos pelo Comitê de Desenvolvimento do SBTVD.

§2º O Comitê Consultivo será presidido pelo Presidente do Comitê de Desenvolvimento do SBTVD.

Art. 6º Compete ao Grupo Gestor a execução das ações relativas à gestão operacional e administrativa voltadas para o cumprimento das estratégias e diretrizes estabelecidas pelo Comitê de Desenvolvimento do SBTVD.

Art. 7º O Grupo Gestor será integrado por um representante, titular e respectivo suplente, de cada órgão e entidade a seguir indicados:

- I - Ministério das Comunicações, que o coordenará;
- II - Casa Civil da Presidência da República;
- III - Ministério da Ciência e Tecnologia;
- IV - Ministério da Cultura;
- V - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior;
- VI - Ministério da Educação;
- VII - do Instituto Nacional de Tecnologia da Informação - ITI;
- VIII - da Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL; e
- IX - Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República.
- X - Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. (Inciso incluído pelo Decreto nº 5.102, de 2004)

§1º Os membros do Grupo Gestor serão indicados pelos titulares de seus respectivos órgãos e designados pelo Ministro de Estado das Comunicações, no prazo de quinze dias a contar da data de publicação deste Decreto.

§ 2º O coordenador do Grupo Gestor poderá instituir comissões e grupos técnicos com a finalidade de desenvolver atividades específicas em cumprimento dos objetivos estabelecidos neste Decreto.

Art. 8º Para o desempenho das atividades a que se refere o art. 6º deste Decreto, o Grupo Gestor poderá dispor do apoio técnico e administrativo, entre outros, das seguintes entidades:

I - Financiadora de Estudos e Projetos - FINEP; e

II - Fundação Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações - CPqD.

Parágrafo único. A conclusão dos projetos das entidades conveniadas com a Financiadora de Estudos e Projetos - FINEP deverá ser apresentada até 10 de dezembro de 2005. (Incluído pelo Decreto nº 5.393, de 2005)

Art. 9º Para os fins do disposto neste Decreto, o SBTVD poderá ser financiado com recursos provenientes do Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações - FUNTTEL, ou ainda, por outras fontes de recursos públicos ou privados, cujos planos de aplicação serão aprovados pelo Comitê de Desenvolvimento do SBTVD.

Art. 10. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 26 de novembro de 2003; 182º da Independência e 115º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Miro Teixeira

José Dirceu de Oliveira e Silva

DECRETO N. 5.820, DE 29 DE JUNHO DE 2006.

Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, combinado com o art. 223 da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei no 4.117, de 27 de agosto de 1962, e na Lei no 9.472, de 16 de julho de 1997,

DECRETA:

Art. 1º Este Decreto dispõe sobre a implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre - SBTVD-T na plataforma de transmissão e retransmissão de sinais de radiodifusão de sons e imagens.

Art. 2º Para os fins deste decreto, entende-se por:

I - SBTVD-T - Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre - conjunto de padrões tecnológicos a serem adotados para transmissão e recepção de sinais digitais terrestres de radiodifusão de sons e imagens;

II - ISDB-T - Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial – serviços integrados de radiodifusão digital terrestre.

Art. 3º As concessionárias e autorizadas do serviço de radiodifusão de sons e imagens e as autorizadas e permissionárias do serviço de retransmissão de televisão adotarão o SBTVD-T, nos termos deste Decreto.

Art. 4º O acesso ao SBTVD-T será assegurado, ao público em geral, de forma livre e gratuita, a fim de garantir o adequado cumprimento das condições de exploração objeto das outorgas.

Art. 5º 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 n.

4.901, de 26 de novembro de 2003.

§ 1º O Comitê de Desenvolvimento fixará as diretrizes para elaboração das especificações técnicas a serem adotadas no SBTVD-T, inclusive para reconhecimento dos organismos internacionais competentes.

§ 2º O Comitê de Desenvolvimento promoverá a criação de um Fórum do SBTVD-T para assessorá-lo acerca de políticas e assuntos técnicos referentes à aprovação de inovações tecnológicas, especificações, desenvolvimento e implantação do SBTVD-T.

§ 3º O Fórum do SBTVD-T deverá ser composto, entre outros, por representantes do setor de radiodifusão, do setor industrial e da comunidade científica e tecnológica.

Art. 6º O SBTVD-T possibilitará:

I - transmissão digital em alta definição (HDTV) e em definição padrão (SDTV);

II - transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil; e

III - interatividade.

Art. 7º Será consignado, às concessionárias e autorizadas de 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.

§ 1º O canal referido no caput somente será consignado às concessionárias e autorizadas cuja exploração do serviço esteja em regularidade com a outorga, observado o estabelecido no Plano Básico de Distribuição de Canais de Televisão Digital - PBTVD.

§ 2º A consignação de canais para as autorizadas e permissionárias do serviço de retransmissão de televisão obedecerá aos mesmos critérios referidos no § 1º e, ainda, às condições estabelecidas em norma e cronograma específicos.

Art. 8º O Ministério das Comunicações estabelecerá, no prazo máximo de sessenta dias a partir da publicação deste Decreto, cronograma para a consignação dos canais de transmissão digital.

Parágrafo único. O cronograma a que se refere o caput observará o limite de até sete anos e respeitará a seguinte ordem:

I - estações geradoras de televisão nas Capitais dos Estados e no Distrito Federal;

II - estações geradoras nos demais Municípios;

III - serviços de retransmissão de televisão nas Capitais dos Estados e no Distrito Federal; e

IV - serviços de retransmissão de televisão nos demais Municípios.

Art. 9º A consignação de canais de que trata o art. 7º será disciplinada por instrumento contratual celebrado entre o Ministério das Comunicações e as outorgadas, com cláusulas que estabeleçam ao menos:

I - prazo para utilização plena do canal previsto no caput, sob pena da revogação da consignação prevista; e

II - condições técnicas mínimas para a utilização do canal consignado.

§ 1º O Ministério das Comunicações firmará, nos prazos fixados no cronograma referido no art. 8º, os respectivos instrumentos contratuais.

§ 2º Celebrado o instrumento contratual a que se refere o caput, a outorgada deverá apresentar ao Ministério das Comunicações, em prazo não superior a seis meses, projeto de instalação da estação transmissora.

§ 3º A outorgada deverá iniciar a transmissão digital em prazo não superior a dezoito meses, contados a partir da aprovação do projeto, sob pena de revogação da consignação prevista no art. 7º.

Art. 10. O período de transição do sistema de transmissão analógica para o SBTVD-T será de dez anos, contados a partir da publicação deste Decreto.

§ 1º A transmissão digital de sons e imagens incluirá, durante o período de transição, a veiculação simultânea da programação em tecnologia analógica.

§ 2º Os canais utilizados para transmissão analógica serão devolvidos à União após o prazo de transição previsto no caput.

Art. 11. A partir de 1º de julho de 2013, o Ministério das Comunicações somente outorgará a exploração do serviço de radiodifusão de sons e imagens para a transmissão em tecnologia digital.

Art. 12. O Ministério das Comunicações deverá consignar, nos Municípios contemplados no PBTVD e nos limites nele estabelecidos, pelo menos quatro canais digitais de radiofrequência com largura de banda de seis megahertz cada para a exploração direta pela União Federal.

Art. 13. A União poderá explorar o serviço de radiodifusão de sons e imagens em tecnologia digital, observadas as normas de operação compartilhada a serem fixadas pelo Ministério das Comunicações, dentre outros, para transmissão de:

I - Canal do Poder Executivo: para transmissão de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos do Poder Executivo;

II - Canal de Educação: para transmissão destinada ao desenvolvimento e aprimoramento, entre outros, do ensino à distância de alunos e capacitação de professores;

III - Canal de Cultura: para transmissão destinada a produções culturais e programas regionais; e

IV - Canal de Cidadania: para transmissão de programações das comunidades locais, bem como para divulgação de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos dos poderes públicos federal, estadual e municipal.

§ 1º O Ministério das Comunicações estimulará a celebração de convênios necessários à viabilização das programações do Canal de Cidadania previsto no inciso IV.

§ 2º O Canal de Cidadania poderá oferecer aplicações de serviços públicos de governo eletrônico no âmbito federal, estadual e municipal.

Art. 14. O Ministério das Comunicações expedirá normas complementares necessárias à execução e operacionalização do SBTVD-T.

Art. 15. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 29 de junho de 2006; 185º-da Independência e 118º-da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Hélio Costa