

## TV digital aberta: conflitos na implantação de uma nova mídia no Brasil

Patrícia Maurício<sup>1</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC – RJ)

**Resumo:** Relato de pesquisa de doutorado para tese defendida em março de 2011 na Escola de Comunicação Social da UFRJ, sob a orientação da professora Janice Caiafa. Este trabalho analisa a implantação da televisão digital no Brasil e os conflitos políticos travados naquele momento, concluindo que os interesses das emissoras comerciais prevaleceram sobre o interesse público.

**Palavras-Chave:** *TV digital. Modelo de negócios. Interesse público.*

**Abstract:** Research report of thesis defended in March, 2011, at Escola de Comunicação Social da UFRJ, under the guidance of Professor Janice Caiafa. This thesis analyses the deployment of digital television in Brazil and the political struggles at that time, concluding that the interests of commercial broadcasters prevailed upon the public interest.

**Key words:** *Digital TV. Business model. Public interest.*

**Resumen:** Relato de investigación de tesis doctoral defendida en marzo de 2011 en la Escuela de Comunicación Social de la UFRJ, bajo la dirección de profesora Janice Caiafa. Este documento analiza el despliegue de la televisión digital en Brasil y los conflictos políticos encerrados en el momento, la conclusión es que los intereses de los radiodifusores comerciales prevalecen sobre el interés público.

**Palabras clave:** *TV digital. El modelo de negocio. Interés público.*

### Introdução

Para esta tese de doutorado busquei investigar como foi o processo de implantação da TV digital no Brasil no contexto de outros meios digitais concorrentes e dos conflitos que a precederam e sucederam, basicamente entre radiodifusores, que queriam manter seu mercado, e movimentos sociais interessados na democratização das comunicações. O interesse público e o interesse privado eram questões que estavam em jogo desde as discussões iniciais sobre o tema, ora prevalecendo um, ora o outro, nos debates e em decisões governamentais.

Em 29 de junho de 2006 o presidente Lula assinou decreto instituindo o modelo tecnológico para a nova TV: seria o modelo japonês, com algumas inovações brasileiras. As transmissões do sinal começaram para São Paulo (dezembro de 2007), Rio de Janeiro e Belo

---

<sup>1</sup> Professora do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, mestre e doutora em Comunicação pela UFRJ. Trabalhou como jornalista nos jornais O Globo e O Dia, TV Bandeirantes e Rádio Jornal do Brasil AM, entre outras redações do Rio de Janeiro.

Horizonte (abril de 2008), Goiânia (agosto de 2008) e foram se espalhando pelo Brasil. De acordo com o Ministério das Comunicações, todos os municípios terão sinal digital no final de 2013 e em meados de 2016 serão desligados os sinais analógicos. O mesmo decreto que instituiu o modelo concedeu aos atuais detentores de canais de TV aberta, como as TVs Globo e Bandeirantes, o uso da frequência por mais dez anos. Antes da assinatura houve muita polêmica envolvendo diferentes grupos de interesse, debate este que pouco chegou à mídia – as emissoras de TV e jornais e revistas a elas ligados defendiam o modelo japonês e não queriam o debate sobre o tema.

Mas o decreto, embora definindo alguns pontos que beneficiam as emissoras, não encerrou o assunto, pois ainda faltava a regulamentação, o que levou a uma disputa de interesses. Naquele momento, os atores envolvidos eram representantes da sociedade civil organizada; cidadãos interessados em democratizar os meios de comunicação, em especial profissionais e acadêmicos de informática, engenharia de telecomunicações e, mais tarde, de comunicação; e as emissoras de TV comerciais. Companhias telefônicas e fabricantes de equipamentos também atuavam na questão.

A TV digital traz uma série de vantagens para o espectador, como parar o programa, sair e recomeçar do ponto em que parou quando voltar (inclusive pulando os comerciais, o que promete dar uma reviravolta na publicidade); parar o programa e comprar um item que aparece na tela pelo controle remoto; assistir ao jogo de futebol do ponto de vista da sua torcida, com o áudio dela, além de abrir janelas para ver o jogo por outros ângulos e enviar mensagens de texto aos amigos comentando as jogadas. No início das discussões sobre o novo meio, as emissoras logo pensaram nas vendas. Já o governo pensou em usar o novo meio para educação à distância e serviços, como marcações de consultas no SUS.

Tecnicamente, no espaço em que no sistema analógico é enviado um único canal (seis megahertz), com a compressão digital dos dados pode-se optar pela multiprogramação. De acordo com o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD)<sup>2</sup>, com a compressão em Mpeg<sup>3</sup> 2 é possível enviar quatro programas diferentes na banda de frequências de 6 megahertz, e com Mpeg 4 (H.264), oito programas, em definição padrão

---

<sup>2</sup> Modelo de referência: sistema brasileiro de televisão digital terrestre. Funttel – Projeto Sistema Brasileiro de Televisão Digital, OS 40539, Campinas, p. 13. Consultado em: [http://www.fndc.org.br/arquivos/Modelo\\_referencia.pdf](http://www.fndc.org.br/arquivos/Modelo_referencia.pdf).

<sup>3</sup> Mpeg (Moving Pictures Expert Group) define padrões para a compressão e transmissão de áudio e vídeo. Mpeg 2 equivale a imagens em movimento e áudio a uma taxa de 10 Mbps.

(Standard Definition, SD), que equivale à qualidade do DVD. A alta definição (High Definition, HD) ocupa mais espaço. O áudio também pode ser estéreo ou surround, com seis canais.

Cada país pode fazer a opção que quiser dentro destas possibilidades, transmitindo, por exemplo, só em HD, só em SD ou os dois tipos. Se o país decidisse ter quatro canais na banda de seis megahertz e cada um deles fosse entregue a um concessionário diferente, poderíamos ter na TV aberta e gratuita VHF 28 canais em vez dos atuais sete, com mais vozes falando ao telespectador. Isso poderia ser um problema para as atuais emissoras, que temem dividir o bolo publicitário com outras, e para as empresas de TV por assinatura, pois muita gente que hoje as assina para melhorar a imagem e ter um pouco mais de opção poderia cancelar o serviço.

A interatividade através da televisão se divide em local e plena. A local permite que o telespectador interaja com conteúdos previamente armazenados pela emissora, como o acesso a um texto que dê mais informações sobre uma notícia veiculada e vídeos adicionais. A interatividade plena permite que o telespectador interfira na programação enviada para todos, votando, enviando informações, etc. No primeiro governo Lula havia a perspectiva de canais de serviços, para governos, bancos, etc. Para isso, é necessário um canal de retorno do televisor para as emissoras. Este canal de retorno pode ser pelo telefone fixo, celular, banda larga e até mesmo pela rede elétrica, opção mais recente e ainda não tão bem aceita por problemas técnicos não totalmente resolvidos.

A portabilidade/mobilidade tornou possível assistir televisão em aparelhos portáteis e telefones celulares, inclusive dentro de veículos em alta velocidade. A digitalização também possibilitou a transmissão e recepção em alta definição (High Definition TV ou full hd). A imagem é formada por 1080 linhas (contra 520 linhas da analógica), cada uma com 1920 pixels, e 60 quadros por segundo. Além disso, é possível gravar programas no disco rígido do televisor (hard disk, outra sigla HD), um prenúncio do fim da grade de programação, já que o telespectador passa a acessar (usando uma nomenclatura já do campo da informática) o programa na hora que quiser.

Ao mesmo tempo em que os processos de pesquisa, escolha e implantação relativos à TV digital aberta se desenrolam no Brasil, ocorre também o crescimento de outras mídias digitais que concorrem com a televisão por audiência: a internet, o celular (com internet e televisão) e a TV por assinatura, a qual se digitalizou antes mesmo da TV aberta. Muito se discutiu também, neste período, sobre convergência de mídias. No caso do Brasil, uma vez que mais de 90% das casas possuíam televisor, na época parecia lógico para muitos pesquisadores e integrantes do governo federal que o projeto de TV digital fosse usado para fazer a inclusão

do maior número possível de brasileiros ao mundo digital. Seria mais rápido que colocar computadores neste mesmo número de casas. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do IBGE de 2008 (divulgada em 2009), o número de domicílios com computador equivalia a 31,2% do total, sendo que apenas 23,8% com internet. Fomos acompanhando e analisando estes acontecimentos e a forma como os atores envolvidos na questão atuavam e reagiam a eles.

## Metodologia

Busquei ouvir as principais partes envolvidas e acompanhar seminários e congressos sobre o tema, boletins na internet e reportagens do jornal O Globo – diretamente interessado na questão por ser da mesma organização empresarial da TV Globo, emissora de TV aberta que defendeu seus interesses comerciais ao longo do processo de escolhas da TV digital brasileira. As análises feitas a partir da coleta dos dados levam também em conta que televisão é um serviço público outorgado pelo governo federal.

Foi muito importante para esta pesquisa a análise dos documentos, entre os quais o decreto 4.901 de 26 de novembro de 2003, que determinou os objetivos do governo para a TV digital aberta brasileira, e a exposição de motivos do então ministro das Comunicações; o modelo de referência para a TV digital elaborado pelo Centro de Pesquisas e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD); o decreto 5.820, de 29 de junho de 2006, que implantou a TV digital alterando os objetivos do governo para o novo meio; a carta de lançamento da Frente Nacional por um Sistema Democrático de Rádio e TV; além das leis já existentes para o setor de comunicação, como a Lei das Telecomunicações e as legislações para a radiodifusão e para a TV por assinatura. Os documentos puderam apontar as posições do governo em momentos diferentes, as dos pesquisadores e as do movimento popular.

A pesquisa analisa a luta entre interesse público e interesses comerciais na TV digital aberta, e vai buscar na história da radiodifusão brasileira, a partir de bibliografia, entrevista e uma revista da década de 20, alguns outros momentos cruciais em que estes interesses se chocaram. Estes momentos são importantes para entender por que a questão da TV pública teve um papel relevante durante o processo de digitalização da TV. Outra questão sobre a qual me debrucei foi a democratização das comunicações, expressão e tema que surge dos discursos do movimento popular e acadêmico – aos quais temos acesso através de entrevistas, publicações e bibliografia – e também nos discursos iniciais do governo.

O problema de pesquisa foi, portanto, mapear e analisar como foi se desenrolando o conflito de interesses na fase de implantação da TV digital; como era o contexto em termos de meios digitais que, ao mesmo tempo, faziam concorrência para a TV digital aberta em termos de audiência, e eram outra forma de trazer a inclusão digital e democratizar as comunicações; que ações foram empreendidas pelas emissoras de TV aberta para mobilizar seus interesses – basicamente evitar mais concorrência no espectro de frequências e manter o modelo de negócios; de que forma os movimentos sociais se posicionaram, como faziam a defesa do interesse público e como caracterizavam o interesse público.

No início da pesquisa havia pouquíssima bibliografia sobre o tema do ponto de vista da comunicação. O assunto ainda era tratado prioritariamente por profissionais de engenharia de telecomunicações e de informática. Ao longo do trabalho isso foi mudando, embora as referências bibliográficas ainda sejam escassas. Tratando especificamente de TV digital, utilizo como referência principal os trabalhos dos pesquisadores Valério Brittos, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), e César Bolaño, da Universidade Federal de Sergipe. Porém, outros autores têm trabalhos relevantes nesta área e também foram utilizados na tese.

Em seus livros e artigos, Bolaño e Brittos tratam do tema sob o ponto de vista da economia política da comunicação, a partir do qual esta tese também se coloca. Acredito que observando as questões econômicas e disputas políticas (que em muitos casos têm as questões econômicas como condicionantes) é possível compreender os rumos tomados nos debates e nas decisões de governo, empresariais e nas ações dos movimentos sociais. Cruz (2008), por sua vez, analisa do processo da TV digital partindo do seu trabalho como repórter do jornal Estado de São Paulo fazendo a cobertura do tema e chegando a uma tese de doutorado sobre o assunto, a qual englobava também o início da televisão brasileira. Estes autores muito contribuíram para o meu trabalho.

Alguns autores que são referência bibliográfica para esta tese são, ao mesmo tempo, participantes do processo de implantação da TV digital no país como integrantes do movimento social, e/ou como militantes acadêmicos e/ou como integrantes ou contratados do governo federal para fazer pesquisas sobre TV digital e ajudar na definição do modelo. É o caso de Bolaño e Brittos, Adilson Cabral Filho, Regina Mota, Takashi Tome e vários outros. Procurei explicitar estes casos ao longo do trabalho. Em seus textos, invariavelmente, havia uma defesa dos objetivos do governo na fase inicial dos governos Lula, quando o ministro das Comunicações era Miro Teixeira. Martins e Holanda, por exemplo, afirmavam, quando analisavam para o governo federal uma definição para o modelo nacional, que “o governo dá

ênfase à utilização desse veículo de comunicação como plataforma para inclusão social e para a redução das desigualdades de informação, educação e renda experimentadas pelo país” (2005, p. 174). O governo mudou de curso no meio do caminho, enquanto os acadêmicos mantinham sua posição.

Considero que meu trabalho tem inspiração etnográfica por este convívio com as fontes primárias no momento mesmo em que se desenrolava o processo que criava as feições da nova televisão, mas é também uma abordagem sócio-histórica do tema. O período de coleta de dados para esta tese foi do início de 2003 (antes do início da pesquisa, em 2006) a meados de 2010. A intenção inicial era encerrar a coleta de dados quando estivesse encerrado o processo de criação do marco regulatório ou, caso não houvesse terminado ainda, no final de 2009, para dar tempo de analisar os dados. No entanto, o marco regulatório jamais foi criado. Apesar do prazo estabelecido inicialmente, o acompanhamento do tema continuou sendo feito ao longo de 2010, e alguns dados considerados importantes para a pesquisa foram inseridos no texto e nas análises.

Utilizei fontes primárias e secundárias. As fontes primárias, necessárias pelo fato de o processo estar ainda se desenrolando, foram entrevistas com pessoas envolvidas com a questão da TV digital e palestras e debates sobre o tema. As secundárias foram reportagens em jornais e na internet e boletins on line. No caso específico do acompanhamento das reportagens do jornal O Globo, trata-se de uma fonte secundária, que traz as notícias, mas também de objeto de estudo, pelo fato de ser uma empresa com interesses específicos no tema, e suas reportagens poderiam refletir estes interesses. O acompanhamento do jornal foi diário, a partir de janeiro de 2003, até o encerramento da escritura da tese, em novembro de 2010 – embora as reportagens dos últimos meses não tenham sido utilizadas, uma vez que não haveria tempo para analisá-las apropriadamente. Foi feito também o acompanhamento via internet de boletins on line de movimentos pela democratização das comunicações, como o Observatório do Direito à Comunicação, o 7 Pontos e o Boletim Prometheus. Outras reportagens de jornais, revistas e da internet foram utilizadas, mas sem que tivesse havido um acompanhamento sistemático da cobertura feita pelos órgãos de imprensa escrita ou eletrônica que as veicularam.

As entrevistas foram feitas nos anos de 2008 e 2009, tanto pessoalmente quanto por e-mail e telefone. A amostra de entrevistados foi escolhida tendo em vista serem eles personagens de destaque na construção de um modelo de TV digital. Foram feitas 15 entrevistas, com empresários, funcionários de empresas (como produtoras de vídeo),

funcionários do governo, integrantes do movimento popular e acadêmicos. As palestras e debates aos quais compareci ocorreram de março de 2006 a agosto de 2009. Por uma questão de limitação financeira, os eventos foram todos no Rio de Janeiro, mas isso não chegou a representar um problema, uma vez que a maior parte das organizações populares de defesa da TV digital democrática estava sediada ou tinha representantes no Rio; a maior emissora de TV tem sede na cidade e as demais têm filiais e sempre enviavam representantes de São Paulo para as palestras; a TV Brasil nunca participou dos debates, mas tem sede no Rio; e o Ginga, programa de computador que faz a interatividade, nasceu na cidade. Entrevistas em vídeo feitas por terceiros e gravação de palestras às quais não assisti também foram utilizadas, englobando o período de 2006 a 2009.

O trabalho se estrutura em três capítulos. A partir de sugestão do professor João Freire Filho (ECO-UFRJ) no exame de qualificação a estrutura da tese, que a princípio começaria com o início do rádio para depois partir para a TV digital, foi reorganizada. O primeiro capítulo começa a cortar a história da televisão digital em ordem cronológica, até o fim do ano de 2005, no qual o ex-funcionário da TV Globo Hélio Costa tornou-se ministro das Comunicações. Neste capítulo, podemos acompanhar e analisar as movimentações do governo federal, chegando ao primeiro decreto sobre TV digital, que abria a possibilidade de criação de um padrão nacional, a mudança de rumo do governo em prol do padrão japonês, as estratégias das emissoras e dos lobistas internacionais, assim como as expectativas dos movimentos sociais e de acadêmicos engajados no processo. O capítulo busca também mapear as razões do poder político das Organizações Globo.

No capítulo 2, a análise dos acontecimentos prossegue passando pelo segundo decreto do governo Lula para a TV digital, a reação dos movimentos sociais, as contradições entre discurso e ações das emissoras, a apatia das produtoras de vídeo, a movimentação das companhias telefônicas, da TV por assinatura e como a internet vinha ganhando terreno. A criação (ainda em curso) de uma legislação unificada para a TV por assinatura também é abordada.

O capítulo 3 faz uma volta ao passado para mostrar que as disputas entre interesse público e interesse comercial remontam aos primórdios da radiodifusão, quando Roquette-Pinto e outros defensores do rádio público tentavam evitar que o veículo fosse financiado pela publicidade e, por consequência, beneficiasse o mercado e não um projeto de inclusão cultural e educacional do povo. O mesmo espírito de defesa dos interesses do cidadão presidiu as primeiras tentativas de criação de emissoras públicas de TV, e o capítulo chega ao momento da

criação da TV Brasil. Para analisar a situação atual da TV Brasil, fiz entrevistas com funcionários e uma visita a emissora.

### **Análise de resultados e conclusões**

Neste trabalho defendo que interesse público é algo em benefício de toda a sociedade (no caso, a brasileira), em oposição ao interesse comercial, que coloca o lucro em primeiro lugar, mesmo que isso signifique evitar que benefícios cheguem à população. Ao mostrar o que ocorreu no início do rádio e no início da TV digital, observo que houve um embate entre interesse público e interesse comercial. No caso da década de 20, Roquette-Pinto defendia o interesse público a partir de um ponto de vista específico, de levar educação e cultura para o povo, enquanto hoje se fala em inclusão digital. No entanto, se reduzirmos as questões das duas épocas à sua origem, veremos que Roquette-Pinto queria, com seus objetivos, evitar que o povo fosse explorado pelos poderosos; queria, através de seu idealismo, a inclusão daquele povo excluído. A mesma inclusão que os movimentos sociais queriam na implantação da TV digital, cada qual dentro do contexto da sua época.

Apesar dos muitos anos em que fui repórter de economia em grandes redações do Rio de Janeiro - quando pude observar as disputas de interesse, as manobras, os meios políticos para se atingir fins econômicos, e como era difícil prevalecer o interesse público sobre o interesse pelo lucro de alguns poucos poderosos – não escapei de uma certa ingenuidade ao começar a pesquisar o assunto TV digital, ainda antes de entrar no doutorado. Estava encantada com uma oportunidade de democratizar as comunicações e com as intenções do governo Lula nesta área. A interatividade plena poderia modificar a vida de muita gente para melhor, tornar a vida dos brasileiros mais fácil sob vários aspectos.

Foi só com a pesquisa no doutorado, já com um acompanhamento mais metódico do assunto, é que eu tive que deixar aquele encantamento de lado e comecei a perceber que, mais uma vez, interesses privados pelo lucro usavam meios políticos para se sobrepor ao interesse público. Mas para evitar uma visão “mocinho e bandido” da situação eu tive que me debruçar sobre o que é interesse público, o que é democratização das comunicações, entre outros conceitos, porque, como diz o cientista Boaventura Santos, e trocando apenas a ordem em que ele fala, não é preciso ter uma neutralidade numa sociedade injusta, mas temos que ser

objetivos (SANTOS, 2007, p. 23)<sup>4</sup>. Essas questões da neutralidade e da objetividade foram constantes no meu pensamento ao longo do trabalho, porque eu temia correr o risco de transformar a tese em panfleto.

Nessa questão que eu já mencionei dos mocinhos e bandidos, eu comecei também com uma certa ingenuidade achando que, no fim, eu conseguiria mesmo, cientificamente, desvendar quem era o mocinho e quem era o bandido. Mas, de novo, cheguei a algo mais multifacetado. As Organizações Globo usaram de fato de métodos antidemocráticos para garantir seu mercado e o seu lucro, sem preocupação maior com o interesse público. Por outro lado (e isso não justifica coisa alguma) ela está acossada pela internet e outras mídias. A internet ameaça a hegemonia das Organizações Globo nas comunicações brasileiras, e por conta disso ela já vem há anos entrando neste mercado, com portais de notícias, entretenimento, redes sociais, etc, mas isso não garante que ela vá dominar este novo mercado no Brasil e manter a posição que tem enquanto a TV ainda é o meio dominante no país. E quando comparamos o poder econômico da Globo com o das telefônicas, e lembramos que só uma das telefônicas é brasileira, pode ser motivo de preocupação pensar que a hegemonia de uma empresa nacional pode ser substituída pela de uma empresa estrangeira no campo das comunicações. E então, analisando um pouco mais, se vê que as telefônicas só estão querendo entrar no mercado ocupado pelas atuais emissoras de televisão porque o seu domínio está sendo ameaçado pela internet, através da transmissão de voz sobre protocolo de internet, como o Skype, que já está fazendo as telefônicas perderem receita, entre outras ameaças. Ao mesmo tempo, olhamos para a profunda democratização que a internet pode trazer e vem trazendo, com suas milhares possibilidades de blogs, comunidades, várias vozes podendo ser ouvidas, as redes sociais e seu poder coletivo – e de fato isso existe – e acabamos vendo também que grandes empresas, como a Google e a Apple, já dominam boa parte desse universo. Muita gente já tem a vida nas mãos da Google, com o g-mail, se guia pelo google maps, todos os seus arquivos na nuvem, etc, numa nova construção de hegemonia. Neste contexto a Globo aparece pequena, tentando defender seu espaço na comunicação do Brasil.

Muita coisa está mudando, mas isso **não faz** com que o interesse público tenha conseguido mais poder no país. Ao mesmo tempo, nessa vida líquida em que estamos, o

---

<sup>4</sup> Vamos, portanto, discutir como podemos, no que diz respeito à ciência, ser objetivos mas não neutros; como devemos distinguir entre objetividade e neutralidade. Objetividade, porque possuímos metodologias próprias das ciências sociais para ter um conhecimento que queremos que seja rigoroso e que nos defenda de dogmatismos; e, ao mesmo tempo, vivemos em sociedades muito injustas, em relação às quais não podemos ser neutros. Devemos ser capazes de efetuar essa distinção, que é muito importante.

interesse público parece uma coisa fora de moda, o que realmente importa é o consumo. A pesquisa sobre o desenrolar da TV digital no Brasil desde o seu início esbarrou e se entrelaçou com todos esses acontecimentos, e como cada uma dessas coisas tem um impacto direto ou indireto sobre a televisão, achei que elas deveriam ser contempladas. Pareceu necessário ampliar o foco para entender o contexto e voltar a focalizar na TV digital, sabendo que ela estava sendo modelada **na relação** com estes acontecimentos e interesses econômicos.

Ficou muito claro que a defesa da democratização das comunicações, com multiplicidade de “canais” de TV, esbarrou na recusa das emissoras em dividir o bolo publicitário – o montante que as empresas disponibilizam para investir em publicidade não aumentaria caso aumentasse o número de emissoras de TV. Outra conclusão é de que a interatividade esbarrou no apego das emissoras ao seu antigo modelo de negócios. Elas de fato não conseguiram visualizar um modelo que tornasse o negócio tão lucrativo quanto antes caso a interatividade fosse obrigatória. Se um telespectador começa a interagir com um programa, o tempo que esta interatividade vai tomar provavelmente vai fazer com que ele não assista os anúncios do próximo intervalo comercial. E mesmo um anúncio interativo vai concorrer com o próximo, e em pouco tempo os anunciantes perceberiam isso. As emissoras sabem que este modelo de negócios de intervalos comerciais não vai durar para sempre numa era de gravadores digitais nos televisores e de programação sob demanda nas TVs por assinatura, mas enquanto puderem manter um modelo que ainda é tão lucrativo, farão isso. A interatividade através do televisor, que elas chegam a elogiar e a contratar empresas para criar protótipos, vem sendo sempre adiada pelas emissoras comerciais. O que se desenvolveu em seu lugar foi a interatividade com programas via internet, não apenas com chats e envio de vídeos, mas também com sites de programas de TV que complementam a história, trazem dados que não estão nos programas e permitem até mesmo interagir com personagens de novelas. Isso, não custa lembrar, para quem tem acesso a internet.

A TV Brasil foi criada como uma espécie de “válvula de escape” para alguns dos defensores da democratização das comunicações no governo Lula, que se sentiram frustrados com o rumo da TV digital. Cercada de muitas utopias, a TV Brasil está longe de cumprir o papel idealizado e não parece estar nesse caminho.

Ao longo da construção da tese percebi também que a questão da TV digital não significava apenas a democratização do meio para o público. Era também uma questão de política industrial. Um padrão brasileiro equivaleria a centros de pesquisa e pesquisadores qualificados, o país como detentor de uma tecnologia, a produção feita aqui e não apenas a

montagem de kits importados e provavelmente exportação de produtos com alto valor agregado.

Algo que me surpreendeu na coleta de dados para esse trabalho foi a queda de audiência das redes de TV aberta. Pesquisei alguns dados em relação a esse fenômeno, e pretendo ainda fazer uma pesquisa mais aprofundada sobre ele, mas naquele momento não era meu tema central.

Uma das grandes expectativas dos defensores da democratização das comunicações para a TV digital era a inclusão digital do povo brasileiro via televisão. Com o atraso da interatividade na TV, e a internet, mídia interativa por excelência, começando a se espalhar (embora ainda muito distante da universalização da TV), muitos interessados no tema começaram a se fazer a seguinte pergunta: não vai acabar sendo irrelevante a interatividade na TV digital? Do ponto de vista da inclusão digital, a opção de a internet se disseminar pela população seria muito positiva, e de fato não haveria necessidade de TV digital interativa. Inclusive durante a pesquisa eu constatei que não há muito interesse por parte dos telespectadores de países desenvolvidos, que têm a internet disseminada, em interagir com a TV além do básico de menu e gravação de programas e, com esse desinteresse, as emissoras acham que é um custo desnecessário. Nesse caso a TV digital aberta interativa, com todo o seu potencial democrático, praticamente nasceria morta. Mas a rápida disseminação da internet no Brasil ainda é uma incógnita. O Plano Nacional de Banda Larga e outras iniciativas para levar internet à população, especialmente a de baixa renda, são bons indicativos de que isso pode acontecer, mas ainda estamos longe de chegar lá. Existe ainda a ameaça de a internet chegar a boa parte da população, mas não a maioria, deixando os mais pobres de fora. A TV digital seria a opção para estes, mas se a televisão perdesse verba publicitária, com a queda de audiência para outros meios, dificilmente decidiria investir na inclusão digital, uma vez que não há regulação que obrigue as emissoras a isso.

Então a regulação – leis e regras para a TV digital e para a comunicação como um todo – é algo que considero muito importante. É dessa forma, política, que a sociedade pode dizer que tal tecnologia deve ser usada de tal maneira para benefício da própria sociedade, de seus cidadãos. No início da pesquisa, eu esperava a definição desse marco regulatório, inclusive no planejamento da pesquisa estava terminar de apurar informações no momento em que fosse criado o marco regulatório. Mas ele nunca existiu, tudo foi deixado às forças do mercado, e isso significou ficar à mercê da lei do mais forte.

Boa parte da questão que veio moldando a TV digital brasileira se resume ao modelo de negócios. Tem como rentabilizar isso? A minha lucratividade vai ser afetada? Essas são as perguntas das emissoras e também dos fabricantes de equipamentos, e são essas perguntas que norteiam o que o brasileiro vai ou não ter em sua TV digital. Em vez disso, poderia haver uma política pública que fosse a resposta a outras perguntas: em que a TV digital pode ser mais útil ao povo brasileiro? Que regras as emissoras e fabricantes de televisores e conversores devem seguir para que estes serviços cheguem à população? Mas o segundo decreto do governo Lula não partiu de perguntas como essas últimas.

Os números de audiência mostram que a televisão **ainda** é um meio de comunicação central na sociedade brasileira, e por isso é um tema importantíssimo nos estudos da comunicação. E a televisão está se transformando. E essa transformação está se dando num contexto de luta política, e não por consenso. Entender o que está acontecendo, que interesses estão em jogo, como isso afeta a vida da população brasileira é algo que considero fundamental para nós, cidadãos.

## Referências

BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette & TOME, Takashi (orgs). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

BOLAÑO, César R & BRITTOS, Valério C. *A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes*. São Paulo, Paulus, 2007.

\_ (Orgs.) *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

\_ "A economia política do mercado brasileiro de televisão". In: BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette & TOME, Takashi (orgs). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

\_ "TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural". Trabalho apresentado na 17ª Compós, na Universidade Paulista, São Paulo, SP, em 4 de junho de 2008.

\_ "Televisão digital, convergência e transição tecnológica no Brasil". In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

BRITTOS, Valério C. *Tv digital, economia política e democracia*. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2010.

CABRAL FILHO, Adílson & TAVEIRA, Eula. "Começar de novo: sobre o controle público como perspectiva para o modelo brasileiro de televisão digital". In: BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette & TOME, Takashi (orgs). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

CRUZ, Renato. *TV digital no Brasil: tecnologia versus política*. São Paulo: Editora Senac, 2008.

FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

MARTINS, R. B. & HOLANDA, Giovanni de M. "O projeto do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre". In: BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette & TOME, Takashi (orgs). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

MOTA, Regina. "Os desafios da TV digital no Brasil". In: BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette & TOME, Takashi (orgs). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

\_ "Novos formatos para a TV digital no Brasil". In: FECHINE, Yvana & SQUIRRA, Sebastião (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

ROQUETTE PINTO, Edgard. "O nosso aniversário". In: *Radio*. Outubro-1. 1924.

\_ "Cinzas de uma fogueira (pelo rádio – 1923-1926)". In: MEDITSCH, Eduardo & ZUCULOTO, Valci (org.). *Teorias do rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008.

SANTOS, Boaventura de S. *Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social*. São Paulo, Boitempo, 2007.

\_ & MENESES, Maria Paula. *Epistemologias do Sul*. São Paulo: Cortez, 2010.