

FACE PAULISTA DA TV DIGITAL: REFLEXÃO SOBRE A MULTIPROGRAMAÇÃO NA TV CULTURA

Vivianne Lindsay Cardoso¹

Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP)

vivianne@c@hotmail.com

Juliano Maurício de Carvalho²

Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP)

juliano@faac.unesp.br

Resumo: O processo de implantação da multiprogramação pela TV Cultura, emissora sob responsabilidade da Fundação Padre Anchieta, a partir da regulação da televisão digital no Brasil, por meio do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T), envolve a criação e implantação dos canais de multiprogramação da emissora, o Univesp TV e o Multicultura, que estão em funcionamento por meio de autorização especial em caráter científico e experimental. Analisado a partir da visão da Economia Política da Comunicação, esta pesquisa contribui com a reflexão sobre a multiprogramação que pode criar alternativas para novas opções de programação e conteúdo na televisão do País.

Palavras-chave: Multiprogramação. Televisão Pública. Políticas de Comunicação

Abstract: The implantation procedure of the multiprogramming for TV Cultura, a station under the responsibility of the Fundação Padre Anchieta, from the regulation of digital television in Brazil, through the Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T), involves the creation and implantation of multiprogramming channels of the station, the Univesp TV and the Multicultura channels, which are functioning through means of a special authorization in scientific and experimental character. Analyzed from the Communication Politics Economy point of view, this research contributes to the reflexion about the multiprogramming which may create alternatives to new options in this country programming and content.

Keywords: Multiprogramming, Public Television, Communication Politics

Resumen: El proceso de implantación de la multiprogramación por la TV Cultura, estación bajo responsabilidad de la Fundación Padre Anchieta, partiendo de la regulación de la televisión digital en Brasil, por medio de lo Sistema Brasileño de Televisión Digital Terrestre (SBTVD-T), envuelve la creación y implantación de los canales de multiprogramación de la estación, el Univesp TV y el Multicultura, que están en funcionamiento por medio de autorización especial en carácter científico y experimental. Analizando de la visión de Economía Política de la Comunicación, esta pesquisa contribuí con la reflexión sobre la

¹ Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (Puc-Campinas), Especialista em Docência no Ensino Superior (Unifeob), mestranda em Comunicação pela Unesp na linha de pesquisa – Gestão e Política da Informação e da Comunicação Midiática. Bolsista Fapesp. Membro do Grupo de Pesquisa Lecotec (Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã) da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (FAAC/Unesp).

² Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital: Informação e Conhecimento (mestrado profissional) [licenciado], docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática (mestrado acadêmico) e do Curso de Jornalismo, líder do Lecotec (Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã) da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (FAAC/Unesp).

multiprogramación que puede crear alternativas para nuevas opciones de programación y contenido en la televisión del país.

Palabras-llave: Multiprogramación, Televisión Pública, Políticas de Comunicación

Introdução

A implantação da multiprogramação pela emissora de televisão TV Cultura é um momento relevante na história da televisão pública no Brasil, em especial do estado de São Paulo – estado sede da emissora – e remete à reflexão de como está ocorrendo esse processo que engloba a criação e objetivos dos canais Univesp TV e Multicultura e da própria tecnologia. A multiprogramação pode provocar transformações no modo de pensar, fazer e ver a televisão brasileira. A TV Cultura, nesta perspectiva, pode se tornar um referencial na implantação da multiprogramação voltada para os interesses educativos, culturais e de capacitação social, contribuindo para o aperfeiçoamento da emissora pública e para a discussão sobre as políticas públicas reguladoras das televisões digital, pública e educativa vigentes.

A multiprogramação, viabilizada por meio da tecnologia de televisão digital adotada no País, envolve mais do que a televisão em seu processo, mas também o computador e os dispositivos móveis, tornando-se de um instrumento de convergência, interatividade, compartilhamento de multiserviços e acessibilidade, podendo ser utilizada e desenvolvida por emissoras públicas ou privadas, dependendo apenas de uma regulação para seu livre funcionamento.

Nesta perspectiva, a televisão pública pode assumir papel fundamental no processo de implantação do dispositivo no País diante de sua política de atuação voltada ao que determina sua recomenda de valorização aos direitos dos cidadãos, como define a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais – Abepec. Por ser uma concessão pública, a televisão tem como missão - conforme os preceitos básicos das emissoras associadas da Abepec – “educar, informar, entreter e divertir os telespectadores, observando os direitos das pessoas, principalmente das crianças, e os valores da solidariedade, fraternidade e igualdade” (ABEPEC, 2010). Desde 2005, as discussões sobre o tema culminaram nos eventos I e II Fórum Nacional de TVs Públicas, realizado em 2007 e 2009, respectivamente, onde foram apresentadas a Carta de Brasília e a II Carta de Brasília, documentos que reúnem os princípios norteadores das televisões com este caráter (ABEPEC, 2010).

Barbosa e Castro (2008) propõem que o papel da televisão pública neste novo cenário pode se tornar a grande alavanca para a que a sociedade atinja objetivos relevantes em uma sociedade democrática como o cumprimento da regra constitucional, por meio da socialização dos bens culturais, democratização da informação, difusão do conhecimento e cidadania; oportunidades que poderão surgir no mercado audiovisual pelas novas maneiras

de acesso à informação, à cultura e ao entretenimento; atendimento à qualidade das relações sociais na medida em que rediscute a noção de espaço público, assim como a visibilidade das relações público-privadas, de seu agendamento, troca simbólica e modificação do eixo de poder resultante; diversidade de idéias, os espaços de relacionamento, as possibilidades de estabelecerem novos pactos sociais através da inclusão de novos atores e a conseqüente divisão do poder sobre a informação, sendo a multiprogramação importante instrumento para alcançar e viabilizar estas potencialidades.

A TV Cultura é definida pela Fundação Padre Anchieta, responsável por gerir a emissora, como uma televisão pública como missão trabalhar com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, conforme determina os artigos 222 e 224 da Constituição Brasileira, buscando universalizar o direito à informação e à comunicação, em um trabalho contínuo de inovação e experimentação (FPA, 2010). Recentemente sua experimentação no ambiente tecnológico e educacional tem sido com a implantação de dois canais na multiprogramação, por meio de autorização especial para funcionamento em caráter científico e experimental (DOU, 2009): o Multicultura - que, em fase de implantação, está exibindo programas, séries, documentários e especiais do acervo da TV Cultura, em seus 40 anos de atividade (MULTICULTURA, 2010) - e o canal Univesp TV, iniciados em 26 de agosto de 2009; ambos sem geração de renda, conforme determinada o Ministério das Comunicações.

O Univesp TV tem por objetivo criar novas possibilidades de acesso à educação agregando em seu processo de construção de conhecimento a televisão, o computador e aulas presenciais. A "Univesp - Universidade Virtual do Estado de São Paulo - é um programa do Governo do Estado de São Paulo criado pelo decreto nº 53.536, de 9 de outubro de 2008, para expandir o ensino superior público de qualidade", visando criar oportunidade para que mais pessoas estudem gratuitamente nas universidades estaduais, integrando internet e televisão digital. O objetivo é criar pólos em todas as regiões de São Paulo, que servirão de sedes físicas da universidade virtual, integrando aulas presenciais, e atividades à distância utilizando a internet e o canal Univesp TV, por meio do sistema denominado 'Aprendizado Eletrônico', desenvolvido por pesquisadores da Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo). O Univesp TV desenvolve uma grade de programação com espaço para programas diretamente ligados aos cursos e vinculados as aulas (UNIVESP, 2010). Trata-se de uma ação cooperativa, articulada pela Secretaria de Ensino Superior do Estado de São Paulo com as universidades estaduais paulistas – Universidade de São Paulo (USP), Universidade Estadual Paulista 'Júlio de

Mesquita Filho' (Unesp) e Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) - e com o Centro Paula Souza, com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo (FAPESP), da Fundação do Desenvolvimento Administrativo Paulista (FUNDAP), da FPA (FPA) e da Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.

Esta reflexão visa colaborar com as discussões referentes as políticas públicas quanto a concepção da regulação adotada para a multiprogramação no Brasil, o processo de digitalização da televisão pública, em particular da TV Cultura, analisando sobre o papel da televisão de acordo com os artigos 220, 221, 222, 223 e 224, capítulo V/1988 da Constituição Brasileira, os quais discutem as obrigações, intenções e funcionalidades da televisão brasileira. Partindo do pressuposto de que o artigo 220 determina que “A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição”; e o descrito no inciso 5º que “Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”, não estaria a própria regulamentação a partir do Decreto nº 5.820, por meio do artigo 12, que proíbe a multiprogramação no País - exceto para os canais da União Federal e a TV Cultura (com autorização especial). E mais, o artigo 221 determina entre alguns de seus itens que: “A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios: I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação”.

Muito mais do que questões mercadológicas e de consumo, a televisão tem um papel fundamental educativo. E, apesar da limitação legal que proíbe a difusão da multiprogramação tanto em televisões públicas - exceto os canais do Governo Federal -, quanto privadas, ela possui relevante potencial de instrumento propagador e incentivador de educação, cultura, arte e informação ao ser usado efetivamente com tal finalidade e não simplesmente instrumento de consumo do sistema capitalista.

A Economia Política da Comunicação permite uma análise crítica do assunto, voltando seu estudo a totalidade das relações sociais que formam os campos econômico, político, social e cultural, objetivando compreender a mudança social e a transformação histórica e como ela repercute e se imbrica com o mundo da comunicação em todos os sentidos” (BOLAÑO, 2007). As possibilidades de expansão da comunicação pela televisão, a partir da multiprogramação, dão início a uma nova perspectiva de reflexão exatamente quanto a novas formas de relações sociais que este veículo pode provocar e mediar. No entanto, as regulações determinadas pelas políticas públicas são fatores determinantes no processo de desenvolvimento da multiprogramação e sua devida utilização junto à

sociedade. Assim como vem propondo a TV Cultura, cabe a emissora pública o papel gerador de políticas alternativas, tendo uma função complementar às emissoras comerciais e ao sistema estatal oficial, que é justificada pela necessidade de preservar valores culturais e sociais.

Em relação às políticas públicas voltadas à comunicação social, enfim, há uma resistência dos empresários de comunicação e do governo quanto à sua implantação, pois estes segmentos vêm nas emissoras públicas e comunitárias uma concorrência pelas receitas de publicidade e um espaço para a formação de um pensamento político independente. (LINS, 2002)

O Brasil vive um período de transição e adaptação em sua estrutura capitalista no modo de fazer televisão e cada dispositivo criado para abrir caminhos de mudança nesta estrutura merece ser considerado, registrado e estudado. Por considerar que a cultura de uma sociedade capitalista reflete as normas e valores da classe social, que possui propriedade dos meios de produção, Karl Marx teria observado no “mundo da Comunicação” a manifestação necessária do que chamou de forma da consciência social. “Estamos no domínio da economia. De um lado, dá-se um nome a uma materialidade que, em si mesma e livre de toda significação, faz parte da história dos homens; do outro, são rotuláveis linguagens e os sistemas de sinais em curso e uso nas sociedades humanas.” (POLISTCHUK, 2003).

Breve relato histórico

A tecnologia da televisão digital no País está regulamentada no Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006, que cria o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T) e o conjunto de padrões tecnológicos a serem adotados para transmissão e recepção de sinais digitais terrestres de radiodifusão de sons e imagens. O sistema é baseado no padrão japonês de sinais do Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial (ISDB-T) – serviço integrado de radiodifusão digital terrestre, sendo adaptado e desenvolvido tecnologicamente no País, usualmente chamado de sistema “nipo-brasileiro”, a tecnologia permite a transmissão digital em alta definição de imagem e som High Definition Television (HDTV), simultânea para a recepção fixa, móvel e portátil, a interatividade e a multiprogramação. Desde sua criação envolvendo as questões legais e de regulação, a implantação tem sido marcada pela constante preocupação com a questão da educação, acessibilidade e desenvolvimento social, iniciada a partir da instituição do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) pelo decreto nº 4.901, de 26 de novembro de 2003. Entre seus objetivos, estão descritos a finalidade de promover a inclusão social, a diversidade

cultural do País e a língua pátria por meio de acesso à tecnologia, visando à democratização da informação, propiciar a criação de rede universal de educação à distância e contribuir para a convergência tecnológica e empresarial dos serviços de comunicação.

A partir desta tecnologia, um novo dispositivo de comunicação está sendo implantado e disponibilizado para o País: a multiprogramação que é definida como “a ocupação compartilhada de um canal (6MHz) por diversas emissoras, sendo que cada emissora possui um espaço próprio, autônomo, dentro desse canal, como se fossem sub-canais”, conforme consta no Relatório do Grupo Temáticos de Trabalho ‘Migração Digital’, do I Fórum Nacional de TVs Públicas (2007). O relatório aponta que a multiprogramação pode ser um “modelo estratégico para as televisões públicas por permitir maior representação da diversidade e por ser o meio de atender as necessidades de produção e veiculação de conteúdos que atendam todas as demandas da sociedade” com os seguintes benefícios: ampliação do número de canais – mais conteúdo, possibilidade de alternar alta definição (banda) e multiprogramação (divisão de banda em até quatro programações standar) – conteúdo diferenciado.

Regulamentada pela Norma Geral para Execução dos Serviços de Televisão Pública Digital nº 01/2009, a multiprogramação é autorizada a ser utilizada pela União Federal, com o objetivo de transmitir assuntos ligados ao Poder Executivo, educação, cultura e programação ligada a interesses regionais. Entre os canais de multiprogramação da União estão: TV Brasil, TV Câmara, TV Justiça e TV Senado. Em paralelo, a televisão pública e educativa, desde sua implantação, por meio do Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, tem como dever destinar a divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates. As emissoras de rádio e televisão, por sua vez, devem ter como princípio, conforme determina o artigo 222 da Constituição Federal, finalidades educativas, culturais e informativas.

A TV Cultura foi a única emissora a ter a autorização especial para a implantação da multiprogramação (DOU, 2009). Mesmo sendo uma emissora educativa e pública, foi preciso ampla negociação entre o Ministério das Comunicações, por meio do então ministro Hélio Costa, e o ex-presidente da FPA, Paulo Markun, responsável por romper a própria legislação vigente por acreditar na potencialidade e inovação da multiprogramação e colocar no ar os dois canais da TV Cultura, o Multicultura e o Univesp TV. “A FPA está oferecendo um canal digital que, de fato, inaugura a televisão digital no País. Vamos apresentar o caminho para oferecer mais cultura, conhecimento e educação para que a televisão digital seja mais que um salto de tecnologia, seja um salto de conteúdo e oportunidades”, declarou Paulo Markun durante a cerimônia de lançamento da multiprogramação pela emissora em 26 de agosto de 2009 (TV CULTURA, 2010). Após o lançamento dos canais, um intenso

entrave público foi travado entre o então presidente da FPA e o ministro das Comunicações. O resultado da disputa foi o Despacho do Ministro Hélio Costa, em 7 de maio de 2009, publicado no Diário Oficial da União (DOU), no qual foi publicado:

APROVO, com fundamento na Informação no 158/2009/CGEO/DEOC/SCE-MC, o pedido formulado pela FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA - CENTRO PAULISTA DE RÁDIO E TV EDUCATIVAS para execução do Serviço Especial para Fins Científicos ou Experimentais com o objetivo de testar a transmissão de sinais de radiodifusão de sons e imagens, com multiprogramação exclusivamente educativa, na localidade de São Paulo/SP. A execução do serviço, nos termos do Decreto no 6.123, de 13 de junho de 2007, deverá obedecer plenamente aos procedimentos operacionais estabelecidos na Norma no 01/2007, aprovada pela Portaria no 465, de 22 de agosto de 2007, bem como, quanto à programação veiculada, às disposições contidas no art. 13 do Decreto-lei no 236, de 28 de fevereiro de 1967, que determinam:

Art 13. A televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates.

Parágrafo único. A televisão educativa não tem caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos. (DOU, 2009)

Para Markun, a ordem na TV Cultura é experimentar, acreditando que os novos meios de comunicação foram prioridades de sua gestão e a emissora viabiliza isso por não ser uma rede comercial, permitindo acertar e errar gastando pouco (TV CULTURA, 2010).

A Economia Política da Comunicação e a Multiprogramação

As questões referentes a implantação da multiprogramação no País vão além dos interesses da TV Cultura, envolvem questões comerciais e de domínio de mercado. As emissoras Rede Globo, SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) e Rede Record, por meio da Abert (Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão), são contrárias ao mecanismo. Já a Rede Band, a Rede TV! e o Grupo Abril são favoráveis. (EBC, 2010). Neste jogo de interesses comerciais e de poder, a TV Cultura é a única emissora não federal a ter a liberdade de experimentar a nova tecnologia.

Poucas são as obras que relatam a conduta política e de gestão da TV Cultura. O livro de Lima, 'Uma história da TV Cultura', relata a relação intensa e conturbada que vive a emissora com o Estado, o poder e seus ideais e regulações envolvendo seus gestores a partir de sua criação em 1960. Desde 1961, o governo do estado de São Paulo trabalhava para oferecer educação pela televisão e foi por meio da TV Cultura que a idéia ganhou força. Criada como uma emissora comercial por Assis Chateaubriant passou a ser uma

emissora pública, de caráter educativo, em 1967. A partir do Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, que complementa e modifica a Lei número 4.117, de 27 de agosto de 1962. No mesmo ano, foi fundada a FPA, entidade de direito privado destinada a gerir as emissoras de rádio e televisão públicas do Estado. Desde então, a emissora tem contribuído como modelo de televisão pública, buscando garantir autonomia intelectual, administrativa e editorial, assim como vem fazendo ao assumir a implantação da multiprogramação.

A perspectiva política deste artigo se dá com base na teoria a partir da análise e reflexão da aceleração do capitalismo de modo crítico, realista e inclusivista da Economia Política da Comunicação, buscando compreender o contexto que envolve a regulação concebida para a multiprogramação no Brasil - com suas potencialidades - e o que vem sendo efetivamente concedido e concretizado. As três linhas da teoria – a da América do Norte, a Européia e a de Terceiro Mundo / América Latina -, assim definidas por Mosco (1996, 2006), desde o surgimento das indústrias de mídia no século XX, buscam compreender os personagens que envolvem as indústrias culturais e suas relações com processos econômicos sociais mais amplos envolvendo poder, Estado, dinheiro, a sociedade e valores humanísticos.

A Economia Política da Comunicação se destacou por sua ênfase em descobrir e examinar o significado das instituições, especialmente empresas e governos, responsáveis pela produção, distribuição e intercâmbio das mercadorias de comunicação e a regulação do mercado de comunicação (MOSCO, 2006).

Para Mosco (2006), a introdução de modernos meios de comunicação, assim como se dá a multiprogramação, exerce papel relevante para colaborar com a mudança nas estruturas sociais familiares e políticas que devem ser consideradas nas perspectivas de mercantilização, e estruturação. Para Mattelart (1999), na perspectiva desenvolvimentista, as mídias constituíam recursos que, aliados à urbanização, à educação e a outras forças sociais, poderiam estimular a modernização econômica, social e cultural dos países subdesenvolvidos. A mídia era vista como um índice de desenvolvimento, e o objetivo era construir uma economia de mercado, sendo os meios de comunicação instrumentos para isso. (FONSECA, 2007).

Para Marx (2008), as relações de força e poder são reflexos de condições materiais de existência, formando a sociedade civil, produzindo uma existência no qual “os homens entram em relações determinadas, necessárias, independentes de sua vontade; essas relações de produção correspondem a um grau determinado de desenvolvimento de suas forças materiais atendendo suas necessidades”. (MARX, 2008). Assim, o “modo de produção da vida material condiciona o processo de vida social, política e intelectual. Não há consciência dos homens que determina o seu ser; ao contrário, é o seu ser social que determina sua consciência” (MARX, 2008). Tornando assim, para Marx, o indivíduo na

sociedade com um resultado histórico que cria poderes políticos para atender suas necessidades econômicas.

O grande e talvez mais precioso diferencial da emissora pública em relação a televisão comercial seja justamente que ela deve se comprometer com a um conteúdo mais flexível e voltado aos temas menos explorados que atendam exatamente à educação, cultura, arte e informação e não simplesmente aos altos índices de audiência, atendendo aos anseios de seus anunciantes e patrocinadores, como acontece nas televisões comerciais. Considerado por diversos pesquisadores como pioneiro dos estudos da Economia Política da Comunicação³, o canadense Dallas Smythe já discutia, no final da década de 1940, as questões de audiência.

De acordo com Janet Wasko (1993), Smythe apresentou os fundamentos da sua Economia Política da Comunicação em um artigo publicado na revista *Journalism Quarterly*, em 1960. Mas, já em 1951 ele argumentara que o principal produto dos meios de comunicação de massa comerciais era o poder da audiência. Esse argumento embasaria seu trabalho subsequente sobre a tese da audiência como mercadoria que influenciaria outros pesquisadores críticos. (SERRA, 2006).

Serra (2006) explica que a tese de Smythe provocaria um intenso debate entre os pesquisadores da linha da economia política marxista, no final dos anos 1970, ao afirmar então que havia um ponto cego na pesquisa crítica europeia com relação à lógica econômica da televisão, e criticou duramente as teorias que viam a televisão apenas como uma esfera de produção de ideologia e estratégias discursivas, desconsiderando, em seu entender, que a televisão, acima de tudo, produzia comercialmente audiências para os anunciantes. Nicholas Garnham, pesquisador britânico dessa corrente, reagiu argumentando que essa colocação equivalia a negar as dimensões políticas e culturais da televisão, tão importantes quanto a sua lógica econômica (MATTELART e MATTELART, 1998).

Para Armand e Michèle Mattelart (1998), a Economia Política da Comunicação resultou de uma ruptura com as teses de Marx sobre a história do capitalismo, que associava o desenvolvimento de cada sociedade a sua passagem por um padrão de uma sucessão de estágios da evolução de suas estruturas internas. Essa visão foi contestada por autores como Paul Baran que defendeu a hipótese da integração global do capitalismo e seus mecanismos de exploração que levavam ao 'desenvolvimento do sub-desenvolvimento' de certas regiões do mundo. Mattelart e Mattelart (1998) associam a história dessa linha de pesquisa

³ A teoria surge com base na teoria da Economia Política, principalmente a partir das reflexões de Marx fundamentadas no livro 'Contribuição à crítica da Economia Política', desenvolvidas no século XIX. Marx é o referencial para a discussão aqui proposta ao buscar entender as relações envolvidas no capitalismo, ligadas tanto ao Estado, quanto ao próprio homem em suas relações sociais.

também aos trabalhos de autores latino-americanos que criticaram as teorias da modernização, como Paulo Freire e teóricos da dependência. Nessa história referem-se a pensadores americanos como Schiller que elaborou o conceito de 'imperialismo cultural', a seus próprios estudos e ainda a toda a denúncia do fluxo desigual da comunicação que levou ao Movimento por uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação, no final dos anos 1970. (SERRA, 2006).

Ao longo dos anos a Economia Política da Comunicação ganhou força e adeptos, inclusive por meio de discussões referentes ao papel da comunicação e, em especial, da televisão. Na América Latina, segundo MOSCO (1998), com os estudos de Mattelart que se inspirou em uma série de tradições, incluindo a teoria da dependência, o marxismo ocidental e a experiência mundial dos movimentos nacionalistas de libertação para compreender a informação como uma dentre as principais fontes de resistência ao poder. Ele demonstrou como os povos do Terceiro Mundo, especialmente na América Latina, usaram os meios de comunicação de massas em oposição ao controle ocidental, para criar uma mídia local de notícias e entretenimento.

No momento em que as políticas governamentais de democratização cultural e a idéia de serviço e monopólio públicos são confrontadas com a lógica comercial num mercado em vias de internacionalização, trata-se de penetrar na complexidade dessas diversas indústrias para tentar compreender o processo crescente de valorização das atividades culturais pelo capital. (MATTELART, 1999)

A Economia Política da Comunicação, ao estudar e analisar como a propriedade, formas de financiamento e as políticas governamentais pode influenciar o comportamento e o conteúdo da mídia, como nas visões de Bolaño e Brittos (2007), que discutem o modo de lidar e fazer comunicação em relação a estrutura de poder na sociedade capitalista tão característica no Brasil, relacionando as indústrias culturais e a própria regulação do mercado como peças relevantes do no sistema de consumo, assim como vem acontecendo com a regulação da multiprogramação. A reflexão das políticas públicas tanto na perspectiva regulatória, quanto de funcionalidade, envolve o jogo de interesses atrelados ao poder e lucro governamental, privado e público e os interesses e necessidades sociais. (FREY, 2000).

Para Brittos, Bolaño e Rosa o posicionamento atual da Economia Política da Comunicação é o de “entender a comunicação social como bem público, ainda que, via de regra, seja apropriada privadamente, com vistas a dinâmicas de valorização”. Os autores destacam que são explícitas as divergências entre a formação do mercado da cultura – onde o interesse vigente é o econômico – e o interesse público que “aponta para o caminho das produções alternativas, indicando que uma maior participação da sociedade na mídia potencializa a democratização da comunicação”. Outro ângulo de estudos da teoria está

vinculado às questões da política, “enquanto representatividade, abrangendo as regulamentações do setor da comunicação e ações da sociedade como um todo, incluída aí não somente como quem está sob as conseqüências dessas duas grandes esferas, mas também como quem é partícipe e envolve-se nas decisões” (BRITTOS, BOLAÑO e ROSA, 2010).

...hoje a perguntas, que a EPC procura responder, sobre como, por exemplo, a televisão digital impactará nos modelos econômicos e sociais das indústrias culturais e da comunicação no século XXI; ou como será efetivamente conformado o modelo de negócios da internet, dividida entre várias soluções de financiamento que, ao fim e ao cabo, não têm proporcionado resultados diretos ótimos para certos empreendimentos. (BRITTOS, BOLAÑO e ROSA, 2010).

A discussão sobre a regulação da multiprogramação e sua implantação pela TV Cultura se dá diante da necessidade e importância da democratização da comunicação, viabilizando a organização e as regulações dos meios de comunicação para que incentivem a produção e o acesso de seus conteúdos, exercendo no âmbito da sociedade o exercício pleno dos direitos a cidadania e, principalmente, não vislumbrando a sociedade com simples mercadoria de audiência apropriada pelo capital como instrumento de poder e lucro. (BOLAÑO e BRITTOS, 2007). A tecnologia da multiplicidade de canais abre caminho para uma produção de comunicação social como bem público, conflitante e divergindo, inclusive, quanto a formação do mercado cultural atual, colocando em conflito os interesses econômicos e os interesses públicos. O interesse público, principalmente associado às questões educativas, culturais e sociais, vislumbra na multiprogramação uma possibilidade de maior participação da sociedade na mídia - potencializando precisamente a democratização da comunicação - e as emissoras públicas podem ser importantes personagens neste processo. Esta possibilidade pode e deve impactar nos modelos econômicos e sociais das indústrias culturais e da comunicação no século XXI, principalmente na televisão privada e hegemônica atual.

Neste cenário controverso, um dos grandes desafios da pesquisa e estudos referentes ao tema multiprogramação no Brasil se deve a escassa bibliografia sobre no País. Novo e em implantação, poucos são os teóricos que estão discutindo o assunto na área da comunicação no País⁴.

⁴ Ao realizar pesquisa em junho de 2011, nos acervos de produções científicas e teóricas de dissertações, teses e livros com a palavra ‘multiprogramação’ na CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), Revcom (Revista Eletrônica de Ciências da Comunicação) e bibliotecas das universidades USP, Unicamp e Unesp, apenas cinco teses estão ligadas ao tema e a televisão digital, sendo três ligadas a engenharia e tecnologia, uma a educação e

Considerações finais

A multiprogramação pode ser, entre as possibilidades do sistema “nipo-brasileiro” desenvolvido e adotado, uma das mais controversas e perturbadoras propostas de comunicação midiática para os detentores de poder ligados a televisão brasileira ao que se refere a implantação da televisão digital no País, já que ela pode desencadear ramificações segmentadas de comunicação, alcançando e criando nichos de público, mercado e até mesmo geradores de conteúdo e programação, contrariando a estrutura arraigada e consolidada que, a partir da proposta de criação de um padrão nacional de TV Digital, para Bolaño e Brittos (2009), permite ampliar o debate sobre a organização do sistema brasileiro de televisão, “atacando problemas crônicos, como a concentração dos meios de comunicação, entre outros. Essa era a esperança dos movimentos pela democratização da comunicação que se engajaram no debate em torno do SBTVD”. (BRITTOS; BOLAÑO, 2009). Pensando nesta perspectiva, a utilização da multiprogramação - por televisões públicas, educativas e não comerciais - seja uma importante contribuição como nova tecnologia, ampliando o leque de ofertas de conteúdos segmentais, regionalizados e temáticos independentes de uma cadeia comercial ou hegemônica arraigada e consolidada no País.

Mesmo diante de tamanha potencialidade, a multiprogramação no Brasil vive um entrave regulatório para seu efetivo desenvolvimento. A partir do Decreto nº 5.820, por meio do artigo 12, que proíbe a multiprogramação no País – como já citado - exceto para os canais da União Federal e a TV Cultura (com autorização especial), a tecnologia está truncada, gerando discussões, controvérsias e até mesmo enfrentamentos diante da regulamentação, como aconteceu com o início das transmissões dos canais da TV Cultura antes de receber autorização especial e, transmissões sem autorização, como a realizada pela Rede TV⁵ que transmitiu dois canais ao mesmo tempo em julho de 2010. Algumas emissoras lutam por seu direito a multiprogramação, enquanto outras simplesmente ‘engavetaram’ o assunto, em um jogo de poder e garantias de manutenção de lucro que está apenas começando e promete novos entraves.

apenas uma tese na USP diretamente ligada a comunicação: DONATO, Maurício. Estratégias de Posicionamento e disputas na Implantação da TV Digital no Brasil. 01/12/2007. 1v. 196p. Mestrado. FACULDADE CÁSPER LÍBERO – COMUNICAÇÃO. Orientador(es): Sérgio Amadeu da Silveira. Biblioteca Depositária: Faculdade Cásper Líbero.

⁵ REDE TV! dribla lei e faz multiprogramação. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/oops/ultimas-noticias/2010/07/05/rede-tv-dribla-lei-e-faz-multiprogramacao.jhtm> . Acesso em 05/07/2010

O Univesp TV tem buscado experimentação tecnológica e proposto se dedicar a uma programação que atenda a legislação voltada à educação, cultura, arte e informação. Divulgado como “o canal para quem quer saber mais e aprender sempre!”, se auto define com “uma das ferramentas de tecnologia de informação e comunicação da Universidade Virtual do Estado de São Paulo (Univesp), e visa a formação integral do cidadão”. Declara ter sido o primeiro canal digital do País a apresentar programação própria, diversa da transmitida pelo correspondente canal analógico; “o que representa um pioneirismo da Fundação Padre Anchieta e da TV Cultura”. Atualmente, a Univesp TV produz os programas de apoio dos cursos da Univesp, como as licenciaturas em Pedagogia e Ciências e o curso de especialização Ética Valores e Saúde. O canal conta ainda com séries de sucesso produzidas pela BBC, Channel 4, Open University, PBS e Europes Images, entre outras. (Univesp TV, 2010).

Desde o dia 4 de outubro de 2010, o Univesp TV vem transmitindo simultaneamente a programação do canal de multiprogramação 2.2 também na internet por meio site www.univesp.tb.br, viabilizando o acesso de seu conteúdo para todo o País, além da grande São Paulo - região territorial a qual o canal digital está limitado legalmente. Esta é mais uma iniciativa ousada da Fundação Padre Anchieta, viabilizando flexibilidade de acesso ao conteúdo produzido pelo canal, seja ele voltado para os alunos dos cursos em andamento vinculados ao Programa Univesp ou para espectadores e internautas interessados em programas educativos e culturais. Sem subsídio publicitário e amarras contratuais vinculadas a audiência e retorno de venda, tem liberdade de experimentação, exceto pela limitação quanto às questões financeiras, regulatórias e políticas. Mesmo assim, tem caminhado em sentido inverso aos interesses mercadológicos e hegemônicos das emissoras privadas. Ultrapassando as barreiras de divergências políticas existentes entre o Governo Federal e o Governo do Estado de São Paulo, o canal tem conseguido dar grande contribuição à história da implantação da televisão digital no País com a iniciativa de experimentação, rompendo barreiras legais, mercadológicas, hegemônicas e de poder, unindo forças em uma ação cooperativa com diversas instituições públicas na busca por oferecer - de modo acessível - um canal essencialmente educativo e público.

A tecnologia da televisão digital, com ou sem multiprogramação, percorre o mundo há anos e vem transformando profundamente o modo de ver e fazer comunicação. No Brasil, de acordo com o Decreto nº 5.820/2006, até dezembro de 2013, é obrigatório que haja disponibilidade técnica de cobertura de sinal de televisão digital terrestre em todo território nacional, data limite para a concessão de canais de televisão analógicos. Até 2016,

dez anos após a publicação do decreto, ele determina ainda a devolução dos canais analógicos à União e a transição total para o sistema digital. Até lá, espera-se que não só a transição seja concluída, mas a multiprogramação seja efetivamente regulamentada, autorizada e viabilizada. Diante de tantas incertezas e perspectivas, a multiprogramação no Brasil é, certamente, um assunto que merece ser acompanhado, discutido e analisado, pois está apenas no início de sua jornada.

Referências

ABEPEC - **Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais**. Disponível em: <http://www.abepec.com.br/>. Acesso em 13/06/2010.

ALVES, Mirian. F. **I Fórum Nacional de TV's Públicas**: Relatórios dos grupos temáticos de trabalho – Brasília: Ministério da Cultura, 2007. 116 p. (Caderno de debates.)

BARBOSA Filho, André e CASTRO, Cosette. **Apontamentos para implantação da TV Pública Digital no Brasil**, em *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Livro da Compós - 2009, orgs. Sebastião Squirra e Yvanna Fachine – Porto Alegre: Sulina, 2009, p.68-83.

BOLAÑO, C. R. S. e BRITTOS, V. **A televisão brasileira na era digital**. São Paulo, Paulus, 2007;

_____. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.

_____. **Economia Política da Comunicação e da Cultura: uma apresentação**. Revista Telos, n.º 47, FUNDESCO, Madrid, set/dez/96.

_____. **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação**. – São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; ROSA, Ana Maria Oliveira. **O GT “Economia Política e Políticas de Comunicação” da COMPÓS e a construção de uma epistemologia crítica da Comunicação**. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 19., 2010, Rio de Janeiro. Anais ... Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2010. 1 CD.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**, de 05/10/1988.

Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/>. Acesso em 13/06/2010.

_____. **Decreto n. 4.901**, de 28.11.2003. Institui o Sistema Brasileiro de Televisão Digital SBTVD, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4901.html. Acesso em 13/06/2010.

_____. **Decreto n. 5.820**, de 29.06.2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transição digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão e dá outras providências. Disponível em: <http://www.mc.gov.br/index.php/content/view/30843.html>. Acesso em 13/06/2010.

_____. **Decreto n. 53.536**, de 09.10.2008. Institui o Programa Universidade Virtual do Estado de São Paulo - UNIVESP, para expansão do ensino superior público do Estado de São Paulo, e dá providências correlatas. Disponível em: <http://www.legislacao.sp.gov.br/dq280202.nsf/5fb5269ed17b47ab83256cfb00501469/cdaf503f8e58c641032574de004908db?OpenDocument>. Acesso em 14/05/2011.

NORMA No 01/2009. Norma Geral para Execução dos Serviços de Televisão Pública. Anexa a Portaria Nº 24 de 11/02/2009. Disponível em: <<http://www.astralbrasil.org/leis/portaria24fevereiro.pdf>>. Acesso em: 18.06.2011.

DOU. **Diário Oficial da União-** Seção 1. Ministério das Comunicações. Despacho do Ministro. nº 86, 8 de maio de 2009. ISSN 1677-7042, p. 65, <http://www.in.gov.br/imprensa/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=65&data=08/05/2009>. Acesso em 23.11.2010.

FREY, K. **Políticas Públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil.** Planejamento e políticas públicas, v. 21, p. 211-259, 2000.

FONSECA, Virginia. **A economia política e os estudos de comunicação.** Revista Verso e Reverso – Revista da Comunicação. Ano XXI, número 48, 2007.

LIMA, Jorge da Cunha. **Uma História da TV Cultura.** São Paulo: Imprensa Oficial (IMESP), 2009.

FPA. Missão. **Fundação Padre Anchieta.** Disponível em: <http://www2.tvcultura.com.br/fpa/>. Acesso em 02.05.2010.

LINS, B. F. **Análise comparativa de políticas públicas de comunicação social.** Consultoria Legislativa, Câmara dos Deputados, Brasília, 2002.

MARX, Karl. **Contribuição à crítica da Economia Política.** Tradução e introdução de Florestor Fernandes. São Paulo. Expressão Popular, 2008.

MATTELART, A., MATTELART, M. 1999. **História das teorias da comunicação.** São Paulo, Loyola, 220 p.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Ministério autoriza multiprogramação da TV Cultura.** Disponível em: <http://www.mc.gov.br/noticias-do-site/21400-ministerio-autoriza-multiprogramacao-da-tv-cultura>. Acesso em 05.07.2010.

MOSCO, Vicente. **La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después.** In: Cuadernos de Información y Comunicación (CIC). Vol.11, p. 57-79, 2006.

Repensando e renovando a economia política da informação. Perspectivas em Ciência da Informação. Belo Horizonte, v.3, n.2, p.97-114, jul./dez. 1998.

The political economy of communication. London, SAGE Publications, 1996.

MULTICULTURA. O que é. Disponível em: <http://www.multicultura.com.br/o-que-e/>. Acesso em 03.07.2010.

POLISTCHUK, L. e TRINTA, A. R. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

REDE TV! dribla lei e faz multiprogramação. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2010/07/05/rede-tv-dribla-lei-e-faz-multiprogramacao.ihtm>. Acesso em 05/07/2010.

Revista Eletrônica de Ciências da Comunicação – PORTAL REVCOM. Intercom - Portcom. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/index/search/results>. Acesso em: 14/09/2010.

SERRA, Sonia. **Vertentes da Economia Política da Comunicação e Pesquisa do**

Jornalismo. Grupo de Trabalho “Estudos de Jornalismo”, Compós, Unesp, Bauru, SP, 2006.

TV CULTURA. **TV Cultura sai na frente e estréia dois canais da multiprogramação.** Disponível em: <http://www.tvcultura.com.br/conteudo/3357>. Acesso em 03.05.2010.

UNIVESP. **Formação Superior ao alcance de todos.** Disponível em: <http://www.univesp.ensinosuperior.sp.gov.br/tv/>. Acesso em 03.07.2010.

UNIVESP TV. **Univesp TV: o canal para quem quer saber mais e aprender sempre!** Disponível em: <http://www.univesp.tv.br/sobre-a-univesp-tv>. Acesso em 05.11.2010.

II Fórum Nacional de TV's Públicas – Brasília: Ministério da Cultura e EBC, 2009. Disponível em: <http://www.forumtvpublica.org.br/conclusoes/> . Acesso em 22/11/2010.