

TV PÚBLICA NO BRASIL: PROPOSTA DE EXPANSÃO ATRAVÉS DA MULTIPROGRAMAÇÃO E DA PARCERIA COM AS EMISSORAS COMERCIAIS

PALOMA MARIA SANTOS *

Universidade Federal de Santa Catarina

Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina

Resumo

Este artigo busca refletir sobre a proposta de expansão da TV pública no Brasil através da parceria com as redes comerciais de televisão e do uso da multiprogramação.

Um levantamento bibliográfico sobre as características constituintes da televisão pública e os principais *cases* de sucesso da sua implantação pelo mundo são apresentados.

Com base nas condições mercadológicas atuais do país, são elucidadas alternativas para viabilizar a expansão da rede pública televisiva, tendo em vista o acesso do cidadão às diferentes tecnologias, a participação das emissoras da rede aberta e uso dos canais adicionais oferecidos pela multiprogramação.

Palavras-chave: Multiprogramação, Televisão Pública, Emissoras da Rede Aberta.

Abstract

This article aims to reflect on the proposal of Brazil's public television expansion through the partnership with commercial television networks and the use of multibroadcasting.

A reference survey on the constituent characteristics of public television and major cases of success of its deployment around the world are presented.

Based on country's current marketing conditions, some alternatives are elucidated to enable the public television's expansion, in view of the citizen's access to different technologies, the participation of open networks' broadcasters and the use of additional channels offered by multibroadcasting.

Keywords: Multibroadcasting, Public Television, Open Networks' Broadcasters

Resumen

Este artículo pretende reflejar sobre la propuesta de expansión de la televisión pública en Brasil a través de la colaboración con las redes de televisión comerciales y el uso de multibroadcasting.

Una investigación bibliográfica sobre las características constitutivas de la televisión pública y los principales casos de éxito de su despliegue en todo el mundo se presentan.

Basándose en las condiciones de comercialización actuales en el país, se aclaran alternativas para hacer viable la expansión de la televisión pública, en vista de lo acceso de los ciudadanos a diferentes tecnologías, la participación de las emisoras de radiodifusión abierta y la utilización de los canales adicionales ofrecidos por la multibroadcasting.

Palabras clave: Multibroadcasting, Televisión Pública, Emisoras de Radiodifusión Abierta.

1. Introdução

Desde dezembro de 2007, o Brasil está vivenciando uma profunda transformação tecnológica, com a chegada da televisão digital.

As mudanças percebidas ainda estão no âmbito da melhoria na qualidade de áudio e vídeo e a promessa de benefícios para o telespectador como a inclusão social, a interatividade e a multiprogramação, ainda não saíram do papel.

Na mesma data do início da transmissão digital televisiva no país, o governo estreou a primeira televisão pública brasileira, a TV Brasil, aproveitando o momento de migração tecnológica para realizar uma antiga aspiração da sociedade, delineada desde 1988, na Constituição Federal do país.

A constituição previa, no artigo 223, que o sistema de radiodifusão teria as vertentes privada, governamental e pública, de forma a se complementarem.

As redes de televisão privadas já existem há mais de 50 anos. Elas são muito bem estruturadas e fornecem uma programação que segue o modelo comercial. As redes governamentais (TV Senado, TV Câmara, TV Justiça, etc) são utilizadas pelos governantes para prestação de contas a população. Já a rede pública, entretanto, nunca foi mais do que um projeto.

Este artigo tem o intuito de salientar as características da tv pública, palestrar sobre *cases* de sucesso da sua implantação ocorridos em países como Inglaterra, França, Canadá, EUA e Chile, além de apresentar as peculiaridades e expectativas da primeira televisão pública brasileira. Baseado nestas indicações, uma análise da problemática existente no plano de expansão da TV Brasil através das parcerias com as emissoras presentes nas redes a cabo é apresentada. Em seguida, são elucidadas algumas alternativas com o intuito de viabilizar a expansão da rede pública televisiva por todo o país, considerando, além das emissoras comerciais e da multiprogramação, recurso disponível às redes que migrarem para a tecnologia digital, o maior interessado nesse processo: o telespectador.

2. Características da TV pública

A televisão pública, teoricamente, deve ter em sua gestão influência direta da sociedade civil, não devendo estar subordinada nem às regras do mercado nem ao controle do poder político.

De acordo com Lemos, Carlos e Barros, é um serviço público que funciona independente do Estado, tanto do ponto de vista burocrático, como de produção e emissão de conteúdos. Diferentemente da TV comercial, Cruvinel (2008) diz que a TV pública deve oferecer uma programação com ênfase na informação artística, cultural, científica e educacional. Deve ainda espelhar a diversidade territorial, abrir espaço para o debate de questões de interesse público, incorporar informações sobre as realidades regionais e valorizar a produção das TVs públicas associadas. Ela tem que representar os Brasis dentro do Brasil.

Como explica Scorsim (2000), trata-se de uma modalidade de serviço de radiodifusão pública, caracterizada como não privativa do Estado, com autonomia editorial e administrativa. Assim, seu gerenciamento deve ser implementado de forma independente do Governo, o qual não deve interferir na nomeação dos dirigentes, muito menos na programação.

A TV pública se apresenta como uma forma de o Estado devolver aos cidadãos uma parte dos impostos pagos, na forma de um serviço de comunicação independente, voltado para a cidadania. Dessa forma, ela deve ser vista como uma instituição da sociedade civil.

3. TV pública no Mundo

A televisão pública tem origem no surgimento da televisão na Europa. Lá, todas as redes nasceram por iniciativa do Estado. O amadurecimento democrático da sociedade acabou impondo a participação dos cidadãos na gestão das emissoras, levando ao efetivo controle público.

Na seqüência, são apresentadas brevemente as TVs públicas da Inglaterra, França, Canadá, EUA e Chile.

3.1. TV Pública na Inglaterra

A BBC Inglesa é a rede mais conhecida e admirada. Criada em 1922, ela é dirigida por uma diretoria executiva que é nomeada por um conselho formado por 12 pessoas representativas da sociedade. Os conselheiros são independentes e não possuem vínculos com organizações ou com a TV comercial.

O modelo de financiamento garante total autonomia à TV. De acordo com Fioreti, Campos e Stivanin (2007), a manutenção do sistema é feita através do pagamento de uma taxa anual de 116 libras, cobrada por domicílio com aparelho de TV. Isso equivale a um orçamento de 2,5 bilhões de libras por ano.

De acordo com Filho (1997), esse sistema é bem aceito porque é a proposta desde o início, e existe mesmo participação da sociedade e o controle sobre o que deve ser exibido na TV pública.

3.2. TV Pública na França

A França possui cinco canais públicos: *Telefrance 2, 3, 4 e 5*, além de um canal dedicado a assuntos de colônias francesas. O TF2 e TF3 são canais públicos e populares, com programas voltados para jovens. Os canais TF4 e TF5 são essencialmente culturais, mas nem por isso TVs educativas.

Os diretores gerais das TVs do sistema *France Television* são nomeados pelo presidente do Conselho de Administração, que, por sua vez, é nomeado pelo Conselho do Audiovisual. O Conselho de Administração é formado por 14 membros: 4 parlamentares, 5 do Estado e 5 pelo Conselho do Audiovisual. Os conselheiros têm mandato de cinco anos.

Cerca de 70% dos custos da TV são bancados por verbas orçamentárias. O resto vem de patrocínios, prestação de serviços e anúncios institucionais. O espectador também colabora. Uma taxa de 116 euros anuais é cobrada de cada cidadão que possui um televisor.

Em 22/10/08, conforme divulgação da Agência France-Presse, o governo francês aprovou um projeto de lei que modifica o funcionamento da televisão pública. O projeto inclui a supressão da publicidade e modifica o sistema de nomeação de sua diretoria. A reforma também estabelece a integração dos canais da *France Television* em uma sociedade única. Para compensar a receita que a sociedade *France Television* deixará de receber, o governo garantiu 450 milhões de euros, obtidos de um imposto de 3% sobre os lucros com publicidade dos canais privados e de 0,9% sobre o volume de negócio dos operadores de telecomunicações.

3.3. TV Pública no Canadá

Historicamente, o Canadá sofre com a influência da máquina cultural americana desde o início das comunicações de massa. Conforme Fioreti, Campos e Stivanin (2007), a rede pública de televisão da *Canadian Broadcasting Corporation* (CBC) foi a solução encontrada para resguardar e promover a produção e a cultura canadense.

A CBC é dirigida por um Conselho Curador de 12 integrantes, responsável por todas as atividades da corporação. O Governador-Geral indica os integrantes do conselho, sendo vedada a participação de pessoas relacionadas à área de radiodifusão.

A rede pública conta com uma contribuição dos cidadãos para o financiamento da rede. Fioreti, Campos e Stivanin (2007) afirmam que cada canadense paga cerca de 30 dólares em impostos por ano para ajudar a financiar os 28 serviços de comunicação oferecidos pela CBC, que, além de redes de televisão e rádio em francês e inglês, incluem portal na internet e até uma gravadora e distribuidora de música. A venda de espaço publicitário e a exportação de programas contribuem para fechar o orçamento.

3.4. TV Pública nos EUA

A PBS americana, *Public Broadcasting Service*, fundada em 1969, é uma federação de 354 emissoras públicas e independentes, nos Estados Unidos, Porto Rico, Ilhas Virgens, Guam e Samoa Americana. A direção executiva tem 11 membros e é presidida por um dos membros do Conselho Diretor, que por sua vez é composto por 27 representantes das emissoras associadas.

O sistema de financiamento é misto: parte vem do governo e a maior parcela é de origem privada. O espectador também ajuda a manter a rede, ao colaborar com as campanhas de arrecadação de dinheiro realizadas de três a quatro vezes por ano. A verba do governo, em torno de 15% do orçamento, vem de um fundo chamado *Corporation for Public Broadcasting* (CPB).

No quesito conteúdo, a PBS tem um papel educativo muito forte para as crianças, mas também é conhecida pelos documentários, noticiários e programação local.

3.5. TV Pública no Chile

No Chile, a TV pública Nacional existe desde o início dos anos 90. Ela é pública e totalmente independente de financiamento estatal, mas adota o sistema comercial. Com 140 transmissoras no país, a TVN tem por dever zelar pela formação dos cidadãos chilenos.

Líder de audiência, a Televisão Nacional está inserida no mercado competitivo do país e tem com missão apresentar programas de qualidade e mostrar a “pluralidade” do Chile. A programação vai desde para grandes reportagens, documentários e noticiários até telenovelas, séries e programas infantis.

A experiência internacional mostra que as TVs públicas são viáveis e podem cumprir um importante papel na oferta de fontes diversificadas de informação e entretenimento.

4. Tv pública no Brasil

No Brasil, há mais de 50 anos, a TV nasceu como concessão do Estado à iniciativa privada, embora o presidente Vargas tenha planejado uma TV Nacional que não chegou a ser implantada. Depois de 1964, o regime militar criou as primeiras TVs estatais. Só agora,

entretanto, surge o esforço para a transformação das estatais federais, em parceria com as estaduais, em uma rede pública de televisão.

Pensando em democratizar os meios de comunicação, o governo teria reservado quatro canais dentro do sistema de televisão digital exclusivamente para a TV Pública. Um deles seria reservado para as comunidades locais, dando assim voz à população. Os demais se alternariam em programações culturais, educação e notícias do governo (TOVO).

4.1. Criação da EBC – Empresa Brasil de Comunicação

Tendo em vista a ampliação do espectro de canais disponíveis com a implantação da TV digital, o interesse da sociedade e o cumprimento da Constituição Federal, o Governo julgou o momento oportuno para viabilizar o projeto da televisão pública no Brasil.

Alguns canais estatais foram cedidos: TVEs do Rio e do Maranhão, canal de São Paulo e a empresa de comunicação Radiobrás, bem como algumas rádios (MEC, RJ, Amazônia) e a Agência Brasil (portal de internet). Essas empresas hoje estão unidas e constituem a EBC, uma sociedade de economia mista criada pelo governo federal brasileiro. As redes incorporadas deixam de transmitir a sua grade de programação e passam a transmitir apenas a TV Brasil, a rede de televisão pública brasileira.

A EBC, enquanto empresa pública, responderá a um Conselho Administrativo em que a União, como acionista majoritária, é predominante. E será também supervisionada por um Conselho Fiscal, mas estes são controles administrativos. A política de comunicação da televisão estará subordinada ao Conselho Curador, formado em sua maioria por representantes da sociedade brasileira, que tem como objetivo a fiscalização do trabalho e a observância das finalidades da TV Pública.

O canal estreou sua programação no dia 2 de dezembro de 2007, ao meio-dia, mesma data que se iniciaram as transmissões de TV digital no território brasileiro.

4.2. Formas de financiamento propostas

Segundo Sr. De Lion, da TV Brasil, a TV tem caráter público e será mantida com o dinheiro do povo, através de uma redistribuição das receitas já existentes, proveniente do pagamento de impostos. O FUST, Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações, se comprometeu a repassar 100 milhões de reais e o governo destinou uma verba de R\$ 380 milhões para a TV pública para o ano de 2008.

Não será criado nenhum imposto novo para financiar a rede e a cobrança de uma taxa do usuário para acesso a TV pública está descartada.

De Lion diz ainda que a EBC terá outra fonte de receita, proveniente do serviço de produção de parte do programa TV executiva NBR, disponível em algumas TVs a cabo.

Receitas complementares serão estudadas: a EBC poderá veicular anúncios institucionais, fazer uso de patrocínios de programas, recorrer às leis de incentivo cultural e firmar contratos para a prestação de serviços remunerados.

Os investimentos previstos pelo governo consideram a possibilidade de aproveitamento de parte da estrutura técnica da Radiobrás, que já transmite a TV Nacional para cerca de 30% dos municípios brasileiros.

O ministro das comunicações Sr. Hélio Costa considera a possibilidade de envolver Câmaras Municipais e Assembleias Legislativas para compartilhar benefícios e custos.

4.3. Onde o sinal está disponível

A TV Brasil está no ar desde o dia 2 de dezembro de 2007, quando a TVE do Rio de Janeiro e a TVN de Brasília, emissora da Radiobrás, passaram a transmitir o canal público.

O sinal está disponível para todo o país, via satélite, conforme configurações abaixo, e também pela internet, através do site <http://www.tvbrasil.org.br/>.

Transmissão Digital:	Transmissão Analógica:
Satélite C-2	Satélite C-2
Freq.: 3656	Freq.: 3750
Banda L : 1494	Banda L : 1400
Polarização : Vert.	Polarização : Horizontal
Symbol rate : 3930 FEC : 3/4	

Figura 1 – Configurações do sinal via satélite

Fonte: <http://www.tvbrasil.org.br/>

Nas TVs aberta e fechada (cabo), o sinal está disponível nas seguintes cidades:

- Rio de Janeiro: Canal 2 (VHF analógico), canal 32 (UHF analógico), canal 41 (UHF digital), canal 18 (Net Cabo analógica) e canal 116 (Sky / Direct TV).
- Brasília: Canal 2 (VHF analógico), canal 15 (UHF digital), canal 16 (Net Cabo) e canal 116 (Sky / Direct TV).
- São Luís: Canal 2 (VHF analógico), canal 34 (UHF digital), canal 18 (Net Cabo analógica) e canal 116 (Sky / Direct TV).
- São Paulo: Canal 68 (UHF digital), Canal 4 (Net Cabo digital) e canal 116 (Sky / Direct TV).

De acordo com o Sr. De Lion, da TV Brasil, o sinal da rede aberta na cidade de SP através do canal 69 (UHF analógico) foi suspenso, pois houve um problema de interferência com a frequência utilizada pela Nextel (empresa de telefonia celular). Providências, junto a Anatel, já estão sendo tomadas a respeito do assunto.

Em todas essas cidades, a estrutura de transmissão é própria do governo. As cifras investidas na implantação do sistema não foram reveladas.

4.4. Plano de expansão da TV Brasil

A EBC, para transmitir a TV pública em todo o país, buscará firmar convênios com outras emissoras do campo público de comunicação, como as TVs educativas estaduais, universitárias e comunitárias, com o intuito de cobrir todos os estados, espelhando suas realidades. A rede TV Cultura está sendo cotada para firmar uma parceria nesse sentido.

Os contratos de parcerias terão diferentes graus de adesão: plena, associada ou parceira. A emissora que for retransmitir o sinal da rede pública terá a obrigação, conforme regulamento, de ter no mínimo 4h diárias de programação local. A parceria com o governo incluirá, além de auxílio na capacitação técnica, apoio ao financiamento das redes.

Nos municípios em que a parceria for fechada, a TV Brasil será transmitida. Onde não houver parceria, caberá ao governo estudar cada caso, mas, conforme disse Sr. De Lion, da TV Brasil, não há intenção de montar rede aberta para transmissão em todas as 5.561 cidades

do país. “Isso é praticamente inviável, tanto do ponto de vista financeiro quanto do ponto de vista técnico”.

5. Dificuldades constatadas

A grande dificuldade constatada para a viabilização da expansão da TV Brasil pelo país é a indisponibilidade, segundo as parceiras cogitadas, de canais nas redes abertas em todos os municípios.

O Governo prevê parcerias com redes educativas, comunitárias e estatais, mas elas estão presentes apenas nas redes fechadas (pagas) de televisão.

De acordo com Lemos, Carlos e Barros, a Lei do Cabo, promulgada em 1995, foi considerada passo fundamental para a criação das emissoras de interesse público. O artigo 23 obriga os operadores privados a transmitirem também o sinal de canais chamados de “interesse público”, utilizados gratuitamente – três canais legislativos, um canal universitário, um canal educativo-cultural, um canal comunitário e um canal do Poder Judiciário.

O que acontece é que dos 193 milhões de habitantes do Brasil, apenas 5,4 milhões têm acesso a TV a cabo (em torno de 2,8%), segundo dados da ABTA.

Se incluirmos a essa estatística o acesso ao sinal de satélite (pago), esse número sobe para 7%. A pesquisa TIC Domicílios 2007 comprova esta baixa penetração.

Percentual (%) Percentage (%)	Televisão Television	Antena parabólica Satellite dish	TV por assinatura (cabo, satélite etc.) Pay TV (cable, satellite etc.)	Rádio Radio	Telefone fixo Fixed line telephone	Telefone celular móvel ² Mobile phone ²
TOTAL	98	18	7	89	45	74
REGIÕES DO PAÍS REGION						
Sudeste <i>Southeast</i>	98	15	11	92	57	75
Nordeste <i>Northeast</i>	97	22	1	85	25	65
Sul <i>South</i>	98	19	6	95	48	80
Norte <i>North</i>	96	18	1	76	25	68
Centro-Oeste <i>Center-West</i>	97	16	4	85	40	85
RENDA FAMILIAR INCOME						
< R\$ 380,00	95	15	1	79	17	49
R\$ 381,00 - R\$ 760,00	98	15	2	86	30	65
R\$ 761,00 - R\$ 1.140,00	98	18	5	94	50	83
R\$ 1.141,00 - R\$ 1.900,00	99	22	11	92	63	89
R\$ 1.901,00 - R\$ 3.800,00	99	18	22	96	78	94
R\$ 3.801,00 +	100	31	36	98	88	91
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS						
A	100	20	60	100	96	100
B	100	25	20	98	82	93
C	100	19	6	94	48	83
DE	95	13	1	79	22	54

Fonte (Source): NIC.br - set/nov (sep/nov) 2007

Base: 17.000 domicílios entrevistados em área urbana. Respostas múltiplas e estimuladas.

Figura 2 – Equipamentos TIC nos domicílios
FONTE: Pesquisa TIC Domicílios 2007

Conforme essa pesquisa, vemos que entre as classes menos favorecidas, classes D e E, a presença da TV a cabo + satélite (pago) mostra-se insignificante: apenas 1% dos lares.

É justamente para estas classes que a TV pública traria maior impacto, quando direcionada a educação, a cultura e ao entretenimento.

A falta de condições financeiras para o acesso às redes fechadas e a indisponibilidade do sinal na maioria das regiões, impede os telespectadores de usufruir da rede pública de televisão recentemente inaugurada no país, que tem como objetivo primordial, de acordo com o Presidente Lula, “somar, criar oportunidades para que do Oiapoque ao Chuí as pessoas possam ver coisas”.

6. Alternativas para expansão da TV Brasil

O Governo tem, em tese, três alternativas para a expansão da rede TV Brasil pelo país:

- Parcerias com redes estatais, educacionais e comunitárias;
- Investir em parque tecnológico próprio;
- Parcerias com redes privadas.

A primeira alternativa é a que está sendo cogitada atualmente pelo governo. Existe um grande interesse das emissoras públicas estaduais e das TVs universitárias e comunitárias pela proposta de formarem uma rede com a TV Brasil.

A conquista da concessão de canais abertos por redes estaduais do governo e o início da operação efetiva, aumenta as chances de expansão do sinal da TV pública, em caso de sucesso na parceria.

A TV Câmara e a TV Senado obtiveram a possibilidade de operar em sinal aberto UHF em Brasília (DF). Segundo Lemos, Carlos e Barros, o Senado começou a investir na instalação de emissoras UHF em outras capitais brasileiras. Salvador (canal 53 UHF), João Pessoa (canal 40 UHF), Recife (canal 55 UHF), Manaus (canal 57 UHF) e Fortaleza (canal 43 UHF) já assistem à programação da TV Senado sem a necessidade de parabólicas ou de assinatura de TV a cabo.

Outros canais retransmissores já foram autorizados pelo Ministério das Comunicações e estão em fase de implantação. São eles: Rio de Janeiro (canais 49 e 64/UHF), Maceió (canal 35/UHF), Natal (canal 52/UHF), Goiânia (canal 21/UHF), Belém (canal 44/UHF), Cuiabá (canal 55/UHF) e Boa Vista (canal 13/VHF) (LEMONS, CARLOS e BARROS).

Conforme já dito anteriormente, uma forte parceria com a TV Cultura, da Fundação Padre Anchieta, está sendo estudada. Segundo informações da Anatel, o sinal da TV Cultura está disponível nos seguintes estados: SP (Geradora), Amazonas (sinal cobre Manaus), Bahia, Goiás (sinal cobre 90% do estado), Mato Grosso do Sul, Pará, Paraíba (sinal cobre Campina Grande, Fagundes, Guarabira, Mamanguape, Monteiro, Pombal, Rio Tinto, Sousa e João Pessoa), Paraná (sinal cobre Curitiba e regiões oeste, norte, noroeste e região dos campos (11 cidades)), Piauí (sinal cobre Teresina, Timon, regiões centro sul e litoral), Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

O problema é que o sinal da maioria das parceiras cogitadas está disponível apenas no cabo ou, quando em rede aberta, em um número muito pequeno de cidades.

A segunda opção seria investir em infra-estrutura própria de transmissão: encoder, multiplexador, transmissor, antena, cabos, modulador, microondas, local para instalação, concessão de canal, entre outros. Além do alto custo para montar uma rede de transmissão em

cada cidade do país, é inviável, em muitos casos, obter a concessão do canal em rede aberta, devido a alta concentração de grandes redes em determinadas localidades.

A utilização dos quatro canais públicos criados pelo decreto da TV digital esbarra no mesmo problema: obtenção de recursos para investir em infra-estrutura de transmissão.

A terceira alternativa seria se aliar às redes privadas comerciais, que transmitem seu sinal para a rede aberta, e se utilizar dos canais adicionais que as mesmas terão disponíveis ao migrar para a TV digital.

De acordo com a Anatel, o Brasil tem hoje cerca de 600 emissoras geradoras de TV analógica, aproximadamente 3 mil retransmissoras, além de outras 12 mil repetidoras.

As redes abertas estão presentes em praticamente todas as cidades do Brasil. Além disso, a maior “virtude” destas redes é que elas disponibilizam informação e acesso gratuito a população, 24h por dia.

Apesar de possuírem formatos totalmente diferenciados, tanto do ponto de vista de constituição, de conteúdo e de sustentabilidade, um modelo econômico de parceria com redes de televisão aberta deve ser estudado. Uma parceria neste sentido poderia ainda viabilizar financeiramente a migração das redes abertas analógicas para a tecnologia digital.

7. Benefícios da TV digital

Com a implantação da TV digital no Brasil, inúmeras possibilidades surgem através da introdução da multiprogramação e da interatividade.

Com a digitalização do sinal das televisões, no espaço onde havia um canal analógico, ocupando uma banda de 6Mhz, poderão haver pelo menos quatro canais digitais. Isso é possível graças ao uso de um esquema de transmissão segmentado na frequência, característico do sistema ISDB-T, padrão japonês de TV digital, escolhido para o Brasil.

De acordo com Pederneiras, o sistema ISDB-T (*Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial*), que está sendo implantado no Brasil, utiliza a tecnologia exclusiva de modulação BST-OFDM (*Band Segmented Transmission Orthogonal Frequency Division Multiplexing*) que permite dividir a banda de 6 MHz em 13 segmentos. Um desses segmentos (*one-seg*) é reservado à transmissão para receptores móveis e portáteis, tais como celulares e notebooks. Ao mesmo tempo e no mesmo canal, os outros 12 segmentos podem ser utilizados para transmissão para receptores fixos em HDTV e/ou SDTV.

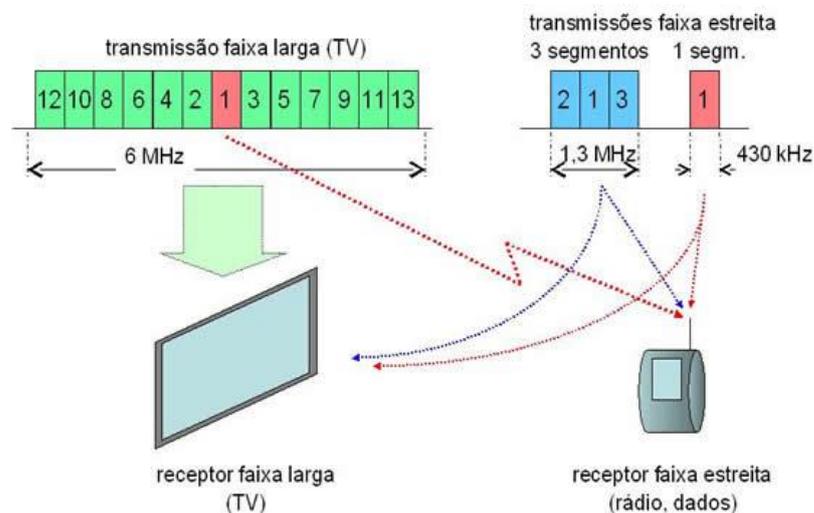


Figura 3: 13 Segmentos da TV digital
FONTE: www.comunicacao.pro.br

Com o recurso da multiprogramação, é possível assistir a diferentes programas no mesmo canal, ou ver o mesmo programa com vários ângulos diferentes. Esse recurso é configurável e a emissora poderá diminuir o número de canais aumentando a resolução. A multiprogramação, sobretudo, abre espaço para oferta de conteúdos e produções alternativas, universitárias e comunitárias.

8. Características do sinal em ISDB-T

O sinal digital de televisão pode ser transmitido em Full HD, HD ou SD.

Para transmissão em “Full HD”, resolução de 1920 x 1080 pixels, são necessários 12 segmentos. Quando ela ocorrer, não será permitido utilizar recursos adicionais do tipo multiprogramação ou interatividade plena (com retorno de vídeo e dados), pois a banda estará totalmente “ocupada”, restando apenas o “one-seg”, para transmissão aos equipamentos móveis e portáteis.

Quando em transmissão HD – *High Definition*, resolução de 1280 x 720 pixels, 6 segmentos serão ocupados, e quando em transmissão SD – *Standart Definition*, resolução de 720 x 480 pixels, 3 segmentos serão ocupados.

A figura abaixo demonstra o que é possível transmitir de acordo com cada definição.

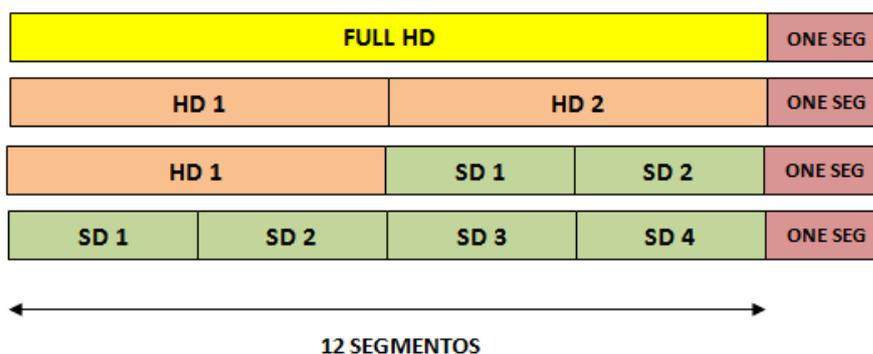


Figura 4: Características do sinal da TV digital
FONTE: Próprio autor

Cabe a emissora optar pelo que é mais interessante para ela: disponibilizar ao telespectador o que há de melhor em qualidade de áudio e vídeo, transmitindo apenas um canal em “Full HD” ou, além de uma melhora significativa na imagem, proporcionada pelos canais em HD e SD, oferecer recursos adicionais como a interatividade e a multiprogramação.

A emissora poderá transmitir um canal em “Full HD”, dois canais em HD, um em HD e dois em SD ou ainda quatro canais em SD.

9. Legislação sobre a multiprogramação

O uso da multiprogramação na TV digital ainda depende de autorização do Ministério das Comunicações. No momento, só está sendo permitida a realização de testes científicos pela Anatel.

Enquanto não sai a regulamentação, as emissoras estão autorizadas apenas a reproduzir, no canal digital, a sua programação analógica. Segundo o Ministro Hélio Costa, nenhuma das

transmissoras de TV digital poderá, pelo menos por enquanto, aproveitar o espectro disponível para, além do canal digital “espelho” do analógico, transmitir também outros canais com conteúdos diferenciados.

Apesar do decreto 4.901/2003, que estabeleceu a política de TV digital, falar em “estimular a evolução das atuais exploradoras do serviço de televisão analógica, bem assim o ingresso de novas empresas”, a Globo, maior rede de televisão privada do país, se posicionou totalmente contra a idéia de usar a multiprogramação. O argumento é de que eles preferem transmitir conteúdos de alta definição ao invés de transmitir vários canais. Dessa maneira, as emissoras também evitam que novos “players” entrem no seu mercado. Segundo o diretor da rede Globo, Fernando Bittencourt, “a TV digital não trás dinheiro novo. Então, se for assumida a multiprogramação, significa que o dinheiro que já existe será usado para produzir mais programas”.

Outro receio do uso deste novo recurso está em pulverizar a audiência, que ficará dividida entre uma oferta muito maior de canais e programas.

Tereza Crunivel, presidente da TV Brasil, criticou a decisão de algumas emissoras em jogar todas as fichas na transmissão em alta definição. Para ela, isso é decepcionante e demonstra que as emissoras comerciais não querem pluralidade.

A introdução de mecanismos de ampla comunicação e interatividade entre as emissoras e a audiência são do mais alto interesse do desenvolvimento social e cultural do país, devendo ser priorizados sobre quaisquer outras possibilidades trazidas pela nova tecnologia (BRANDT, 2005).

10. Proposta da parceria com as redes privadas

A proposta da parceria entre as redes de TVs privadas comerciais e a pública é justamente no sentido aproveitar o recurso da multiprogramação para transmitir também o conteúdo da televisão pública.

A TV privada parceira ficaria isenta da responsabilidade de produção dos conteúdos da televisão pública.

A emissora poderia transmitir seu canal em HD e o da TV pública em SD, restando ainda mais um canal SD a ser transmitido. Isso não oneraria de forma nenhuma a parceira, pois a mesma estaria transmitindo seu conteúdo principal em alta definição.

De acordo com o presidente da Radiobrás, José Roberto Garcez, “a multiprogramação é considerada um modelo estratégico, porque atende à diversidade da demanda da sociedade”.

O especialista em TVD Marcelo Zuffo, citado por Baio, diz que “o Brasil ainda não sabe como colocar tanto conteúdo na televisão, não tem profissionais nem know-how. O problema está muito mais concentrado em como produzir conteúdo do que se há tecnologia para isso”. Zuffo diz ainda que “precisamos resgatar a ousadia na experimentação dos conteúdos”.

Segundo Villas Boas, diretor do Ministério das Comunicações, “é preciso pensar na capacidade de produção de conteúdo das TVs públicas para ocupar os espaços digitais, na interatividade como recurso estratégico de oferta dos canais públicos, na integração dos recursos humanos e financeiros”.

A TV pública precisa de um parceiro para carregar e transmitir o seu sinal para todo o país e a TV privada, ao usar o recurso da multiprogramação, precisa de conteúdo já produzido para “ocupar” seus canais adicionais. O casamento parece ser perfeito.

11. Conclusão

A criação de uma TV pública, do povo, enche de esperança muitas pessoas que sempre sonharam com a democratização dos meios de comunicação no Brasil.

Para que ela tenha o cunho social esperado, ela precisa ser gratuita e atingir toda a população. Informação, cultura, entretenimento e educação são algumas das expectativas dos cidadãos frente a essa nova oportunidade.

É dever do Governo disponibilizar uma televisão para todos, uma televisão efetivamente do povo. Para cumprir esta meta, está sendo estudada parceria com as redes de TVs educativas, estatais, comunitárias e universitárias.

O grande problema apresentado é que estas redes estão disponíveis em apenas algumas cidades nos sistemas abertos e públicos de televisão, além dos sistemas pagos (cabo e satélite), que condiz com a realidade de apenas 7% dos brasileiros.

A proposta apresentada é no sentido de considerar a parceria com as redes comerciais de televisão, tendo em vista a presença do sinal das mesmas nas redes abertas e gratuitas do país, além dos canais adicionais a serem disponibilizados com a migração da transmissão analógica para a transmissão digital.

O estudo de um modelo econômico que viabilize a parceria com essas grandes redes é imprescindível para o sucesso da expansão da TV pública no Brasil.

As redes públicas e comerciais não podem competir, mas talvez, a união destas, pode tornar real o sonho da televisão pública nacional para todos os cidadãos.

A televisão de todos, feita por todos e acessível para todos. Isto é democracia.

REFERENCIAS

Agência Nacional de Telecomunicações. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/>. Acesso em 10 out. 2008.

Associação Brasileira de TV por assinatura. Disponível em: <http://www.abta.com.br/>. Acesso em: 08 nov. 2008.

BAIO, Cintia. **Interatividade e multiprogramação ainda estão fora do cardápio brasileiro**. Disponível em: <http://tecnologia.uol.com.br/ultnot/2007/11/30/ult4213u217.jhtm>. Acesso em: 22 nov. 2008.

BRANDT, Leonardo. **Emissoras de televisão pública lançam carta em meio ao debate sobre a democratização da comunicação**. São Paulo: Cultura e Mercado, 2005. Disponível em: <http://www.culturaemercado.com.br/post/carta-manifesto-pela-radiodifusao-publica/>. Acesso em: 30 out. 2008.

CRUVINEL, T. **Os desafios da TV Pública**. Tribuna da Imprensa, 11 jan. 2008. Entrevista concedida a Marcelo Copelli. Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_content&task=view&id=2316. Acesso em: 31 out. 2008.

Empresa Brasil de Comunicação. **A TV pública no mundo**. Disponível em: <http://www.ebc.tv.br/index.php/a-tv-publica-no-mundo/>. Acesso em: 01 nov. 2008.

FILHO, Laurindo. L. **A Melhor TV do Mundo: O Modelo Britânico de Televisão**. São Paulo: Summus, 1997.

FIORETI, B.; CAMPOS, S.; STIVANIN, T. **A TV pública que funciona**. Disponível em: <http://www.portalgens.com.br/acontece/?p=84>. Acesso em: 03 nov. 2008.

França aprova projeto polêmico para TV. Agência France-Presse: Out, 2008. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/variedade/franca-aprova-projeto-polemico-tv-393863.shtml>. Acesso em: 8 nov. 2008.

LEMOS, Cláudia R. F.; CARLOS, Maíra de B.; BARROS, Antonio T. **TV Câmara, TV pública? As TVs legislativas na transição para a plataforma digital**. Disponível em: http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2007/gt_csc-claudia.pdf. Acesso em: 01 nov. 2008.

Ministério da Cultura. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2007/05/09/mesa-de-debate-4/>. Acesso em: 22 nov. 2008.

PEDERNEIRAS, Murilo. **ISDB-T - Um sistema de TV Digital para o Brasil**. Disponível em: <http://www.teleco.com.br/emdebate/murilo01.asp>. Acesso em: 20 nov. 2008.

SCORSIM, Ericson M. **O controle dos serviços públicos de radiodifusão (Rádio e Televisão) no Brasil**. Revista da Faculdade de Direito da UFPR, Curitiba, v. 34, 2000.

TIC Domicílios 2007 – **Pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil 2007**. Disponível em: <http://www.cetic.br/tic/2007/indicadores-cgibr-2007.pdf>. Acesso em: 15 out. 2008.

TOVO, Francisco. **TV Digital Gratuita e de Qualidade**. Disponível em: <http://bloggadogeral.blogspot.com/>. Acesso em: 25 out. 2008.