

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)  
Unidade Acadêmica de Pesquisa e Pós-Graduação  
Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPG-CC)  
Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS)

**Convergência digital: ações com horizonte nas tecnologias e  
conteúdos de informação e comunicação**

Coordenação: Prof. Dr. Valério Cruz Brittos

São Leopoldo  
2008

## 1. Título

Convergência digital: ações com horizonte nas tecnologias e conteúdos de informação e comunicação.

## 2. Resumo

Está em curso uma transição entre o sistema analógico e o digital de distribuição dos sinais de vídeo e áudio do serviço de televisão terrestre no Brasil. O que se convencionou chamar de SBTVDT (Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre) é, entretanto, apenas uma parte de um processo de transformação que envolve muito mais que as escolhas sobre padrões de compressão, modulação, transporte, aplicações e recepção de sinais. Não se trata apenas da opção pela alta definição (HD) que assegura melhor qualidade de imagem, pelo *dolby* que oferece áudio estéreo, pela monocanalização ou multicanalização que otimiza ou não espectro de radiofrequência, pela interatividade elementar ou interatividade dialógica que pode criar novos produtos. Constata-se, assim, que a digitalização está a transcender os aspectos tecnológicos, impactando, pelo menos, outras três determinantes na mídia televisão. São os casos da economia audiovisual (modelos de negócio e serviço), da organização do setor em relação à sociedade (regulamentação que delimita papéis do estado e do privado) e do conteúdo (produção cultural, discurso social). Portanto, percebe-se um fenômeno com repercussão equivalente ao que instituiu as sociedades industriais midiáticas, como destaca o pensador latino americano Eliseo Verón,<sup>1</sup> observadas no século XIX, com o progresso da imprensa escrita e o posterior surgimento do rádio e TV (século XX). Ou na constituição da sociedade midiaticizada, conforme Muniz Sodré,<sup>2</sup> com a evolução das mídias eletrônicas incrementadas no pós-guerra.

O mundo digital que se avizinha sugere um cenário de convergência das mídias, o que fez Jesús Martín-Barbero<sup>3</sup> destacar que se vive uma reconfiguração das mediações que

---

<sup>1</sup> VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

<sup>2</sup> Nessa discussão, é relevante a distinção feita por Sodré entre midiaticização e mediação: “Com efeito, toda e qualquer cultura implica mediações simbólicas, que são linguagens, leis, artes, etc. Está presente na palavra mediação o significado da ação de fazer ponte ou fazer comunicarem-se duas partes (o que implica diferentes tipos de interação), mas isto é na verdade decorrência de um poder originário de discriminar, de fazer distinções, portanto de um lugar simbólico, fundador de todo o conhecimento. A linguagem é por isto considerada mediação universal. Já midiaticização é uma ordem de mediações socialmente realizadas – um tipo particular de interação, portanto, a que poderíamos chamar de tecnomediações – caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada médium. Trata-se de dispositivo cultural historicamente emergente no momento em que o processo da comunicação é técnica e mercadologicamente redefinido pela informação, isto é, por um produto a serviço da lei estrutural do valor, também conhecida como capital”. SODRÉ, Muniz. *Eticidade, campo comunicacional e midiaticização*. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 19-31. p. 20-21.

<sup>3</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados*. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, año 1, n. 1, p. 22-37, jul./dic. 2004.

constituem os modos da política interpelar os sujeitos. Mas a forma como tende a se instituir, somente a partir da lógica tecnológica, reforça outra percepção de Martin-Barbero, de que o técnico assume a condição de “fim”, deixando de ser apenas meio, mas também ordenando as relações sociais.<sup>4</sup> Circunstâncias que demandam uma nova compreensão destas variáveis e, em consequência, um esforço na formação de competências capazes de responder ao desafio que se impõe com este fenômeno midiático, tensionado pelas lógicas econômica, política, tecnológica e social, as quais, na verdade, imbricam-se como algo conjunto.

Nessa perspectiva, o presente projeto pretende atuar na investigação das configurações desses novos cenários, a partir da Economia Política da Comunicação reunindo pesquisadores voltados ao estudo de elementos como modelo de negócios, regulamentação, conteúdos audiovisuais, interatividade e midiaticização, com vistas à produção de conhecimento e formação de recursos humanos especializados para fazer frente ao mundo digital, nessa ambiência de convergência de mídias, que reconfigura sistemas e processos de produção, circulação e consumo. Acredita-se que somente através de um esforço conjunto desses agentes haverá constituição de massa crítica capaz de pesquisar e formar profissionais de criação, produção, programação e geração de conteúdo com inserção na cadeia produtiva e no circuito de pesquisa e desenvolvimento em tecnologia da informação e comunicação (TIC) com capacidade de gerar aplicações interativas e produção audiovisual nacional para televisão brasileira.

### **3. Instituições líder e participantes**

A instituição líder do projeto é a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), fundada em 31 de julho de 1969. É mantida pela Associação Antônio Vieira e coordenada por seu reitor, padre Marcelo Fernandes de Aquino. Como universidade jesuíta, a UNISINOS é herdeira de quase cinco séculos de tradição. Seu projeto institucional está alicerçado nos princípios da pedagogia inaciana, em que a pesquisa e o ensino visam beneficiar o ser humano, em todas as suas dimensões, e promover a justiça.

A UNISINOS preza sua capacidade de ser inovadora. Com métodos atuais e emprego de novas tecnologias, está atenta ao mundo contemporâneo e à transformação, sem, no entanto, abrir mão de seus valores originais. Conforme o artigo 2º do seu estatuto, concebe-se e organiza-se como um pólo de educação continuada, de promoção da cultura e do conhecimento e de participação no desenvolvimento social. Tem como finalidades: a formação de cidadãos para o exercício profissional da docência, da investigação científica e

---

<sup>4</sup> MARTIN-BARBERO, Jesús, *op. cit.*

tecnológica e dos ofícios profissionais, correspondentes às diferentes áreas de conhecimento; a construção e o desenvolvimento do conhecimento em suas diversas formas e aplicações, a integração na vida comunitária e a participação nos esforços científicos, tecnológicos, culturais e assistenciais de construção do desenvolvimento humano e social.

O quadro de pessoal é formado por mais de 900 professores (dos quais 86% são mestres, doutores e pós-doutores, porcentagem superior à média nacional), além de aproximadamente 900 funcionários. A UNISINOS já diplomou cerca de 55 mil estudantes, cuja formação espelha as grandes opções estratégicas da instituição: transdisciplinaridade, educação por toda a vida e desenvolvimento regional.

Conta com 54 cursos de graduação com propostas pedagógicas diferenciadas, e 17 Programas de Pós-Graduação *stricto sensu*, sendo que nove possuem Doutorado. As áreas são: Ciências da Comunicação, Educação, História, Ciências Sociais, Filosofia, Biologia, Saúde Coletiva, Psicologia, Lingüística Aplicada, Direito, Administração, Engenharia da Produção e Sistemas, Economia, Ciências Contábeis, Geologia, Computação Aplicada e Engenharia Civil. O endereço da instituição na internet é: [www.unisinos.br](http://www.unisinos.br).

A Universidade Federal de Sergipe (UFS), por sua vez, é uma das instituições participantes. Instituída em 28 de fevereiro de 1967, pelo Decreto-Lei n. 269 e instalada em 15 de maio de 1968, com a incorporação de seis Escolas Superiores ou Faculdades, que ministravam 10 cursos, a UFS, com a Reforma Universitária Brasileira, teve criados quatro Centros Acadêmicos, os quais hoje coordenam 26 departamentos e 103 cursos. Seu corpo discente passou de 638, no quando de sua criação, para 10.375, atualmente.

É na Cidade Universitária “Prof. José Aloísio de Campo” que funcionam a maioria das Unidades Administrativas e Acadêmicas da UFS: a Reitoria, a Prefeitura do Campus, o Setor Esportivo, os Centros Acadêmicos (CCBS, CCET, CCSA, e CECH), a Biblioteca Central (BICEN), o Restaurante Universitário (RESUN), o Centro de Processamento de Dados (CPD), o Arquivo Central, o Centro Editorial e Audiovisual (CEAV), e o Colégio de Aplicação (CODAP). Fora da Cidade Universitária encontram-se: o Campus da Saúde, o Campus Avançado do Crasto, o Campus Rural, o Campus Avançado de Xingó, o Centro de Cultura e Arte (CULTART) e o Museu do Homem Sergipano.

Através de seu participante no projeto, a UFS vai atuar contribuindo com a reflexão como um todo, integrando e acolhendo missões de pesquisa, desenvolvendo textos em conjunto, contribuindo com os projetos dos pós-graduandos e colaborando nas reflexões acerca da realização de produtos. Poderá ainda abrigar pesquisadores especificamente junto a seu Mestrado Profissional em Economia, com área de concentração em *Desenvolvimento*

*Regional e Gestão de Empreendimentos Locais*, embora este não participe formalmente do projeto porque, por questões temporais, não foi possível anexar declaração de concordância e compromisso com sua execução, da ordem de sua coordenação.

Outra instituição participante é a Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), situada na capital da Espanha, Madri, e criada em 1989, com o objetivo último de prestar à sociedade um serviço público eficaz e de qualidade, contribuindo para a efetivação do direito à educação contemplado na Constituição espanhola. Pretende oferecer um modelo de educação integral, dentro do conceito unitário e global de ciência e cultura.

Possui vocação internacional, com uma aposta decidida pelo intercâmbio de professores e alunos com universidades de outros países, o que permite o estabelecimento de mecanismos fluidos para o desenvolvimento de atividades conjuntas, muito especialmente no âmbito dos estudos de pós-graduação e de pesquisa. O corpo docente tem um regime de plena dedicação, existindo um rigoroso controle da docência e da atividade investigadora.

A UC3M participa deste projeto através de seu Departamento de Periodismo e Comunicación Audiovisual, responsável pelas seguintes formações: Comunicación Audiovisual, Periodismo, Periodismo y Comunicación Audiovisual, Administración Dirección de Empresas y Comunicación Audiovisual, Derecho y Periodismo (2º ciclo) e Economía y Periodismo (2º ciclo). No presente projeto, a Universidad Carlos III de Madrid, via seu integrante do projeto, deve colaborar especificamente integrando e acolhendo missões de pesquisa, recebendo pós-graduandos e desenvolvendo textos em conjunto.

Dentro da área de Comunicación Audiovisual do Departamento funciona o Grupo de Pesquisa “Televisión: memoria, representación e industria”, que se relaciona com este projeto. Coordenado pelo Prof. Dr. Manuel Palacio Arranz, o Grupo é integrado pelo profesores Luis A. Albornoz Espiñeira, Asier Aranzubía, Manuel Armenteros, Sagrario Beceiro, Gemma Camáñez, Carmen Ciller, Guido Cortell, Begoña Herrero, Juan Carlos Ibáñez, Gerard Imbert, Elena Galán, Javier López Izquierdo, Cristina Del Pino e Francisco Utray.

As principais linhas de investigação do Grupo são: televisão interativa, aspectos econômicos da televisão, formatos televisivos, audiências de televisão, história da televisão, desenvolvimento de sistemas que melhorem a acessibilidade ao meio para pessoas sem capacidade, processos de produção e especularização da realidade, construção e circulação de estereótipos sociais e crítica e teoria televisivas.

#### **4. Espaço acadêmico da UNISINOS de desenvolvimento do projeto**

O organismo responsável pelo desenvolvimento do projeto é o Grupo de Pesquisa

Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS), do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPG-CC) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Atuando academicamente desde 2002, o CEPOS estuda a comunicação industrial, focada nos processos midiáticos, em sua inserção na sociedade capitalista. O eixo estruturador de análise é a Economia Política da Comunicação, a partir do qual é buscado o diálogo com subsídios teóricos diversos, numa dinâmica visando movimentos de incorporação crítica de outros caminhos explicativos da realidade social estudada.

Recorre-se precipuamente a revisão bibliográfica, análise documental e entrevistas, para a coleta de dados de pesquisa. Dirige seu interesse para as relações da comunicação com a sociedade contemporânea; a funcionalidade das indústrias culturais no capitalismo global; o papel e as manifestações da cultura dos meios; a interação Estado e comunicação; a interface comunicação e educação; os limites e aberturas das novas tecnologias de comunicação e informação; as reordenações do espaço público ante as organizações de mídia privada, pública e não-governamental; as lógicas internas e estratégias de fidelização do receptor implementadas pelas companhias comunicacionais; as disputas entre as corporações midiáticas; as práticas comunicacionais no âmbito das diversas organizações; as experiências de comunicação alternativa, desenvolvidas por atores não-hegemônicos; as trajetórias e experiências de empresas ligadas ao provimento de comunicação; os lugares dos diversos produtos culturais nas relações internas e externas dos agentes de comunicacionais; e as ações de publicidade e marketing.

O CEPOS organiza-se como um grupo de pesquisa, onde uma série de investigações sociais é desenvolvida, a partir daí constituindo-se como lugar de promoção de eventos, cursos e disciplinas, lançando livros e escrevendo artigos, assim como promovendo interações diversas com a sociedade. Todos os projetos, mesmo os individuais, são debatidos permanentemente no Grupo, recebendo contribuições gerais, inclusive havendo intercâmbio de dados entre as pesquisas. As grandes reuniões, com todos os integrantes, ocorrem em média a cada três semanas, sendo oportunidade de recebimento de palestrantes convidados, debate de temáticas, discussão metodológica e acerto de procedimentos. Ao lado dos participantes fixos, há abertura para presenças ocasionais, sempre que solicitadas, além da realização de atividades abertas a toda a comunidade. Há ainda reuniões específicas do coordenador com um ou mais “cepeanos” e encontros de pequenos grupos, com ou sem a participação do orientador.

Almejando a construção coletiva e sinérgica do conhecimento, todas as pesquisas e pesquisadores trabalham não só sob a orientação do coordenador do projeto, mas em diálogo

constante, com o referido professor e também entre si, havendo troca de informações, dados, indicações bibliográficas, procedimentos metodológicos, experiências e contatos. São realizadas reuniões com pequenos grupos e do conjunto do CEPOS regularmente. Nos encontros inclusivos de todos os integrantes do Grupo há apresentação de pesquisas de seus participantes, discussão de textos, debate de trajetórias metodológicas, divisão de tarefas e exposição de convidados, dentre outras atividades. Em dezembro de 2005 foi realizado o 1º Seminário de Pesquisa CEPOS, ocorrendo a segunda edição em dezembro de 2007, sempre com um convidado externo, que atua como avaliador.

O total de membros fixos do Grupo, atualmente, corresponde a 14, oscilando a composição conforme o desenvolvimento das pesquisas e do processo de formação acadêmica. O CEPOS conta com três professores doutores vinculados à UNISINOS: Valério Cruz Brittos (coordenador), Flavia Seligman e Helenice Carvalho, os dois primeiros do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação e a terceira da Graduação em Comunicação Social. Também é membro do Grupo o Prof. Dr. César Ricardo Siqueira Bolaño (UFS). Neste momento, outros integrantes são os alunos da UNISINOS na seqüência citados: doutorandos – Profs. Ms. João Miguel (UEM – Moçambique), Jacqueline Douroado (UFPI) e Nadia Schneider (rede estadual de ensino RS); mestrados – Prof. Luciano Correia dos Santos (UFS), Marcia Turchiello Andres e Paola Oliveira; e graduandos – Ary Nelson da Silva Junior e Diego Garcia Goulart. Há ainda dois doutorandos de outras instituições, Bruno Lima Rocha (UFRGS) e Augusto Sá Oliveira (UFBA).

Além de seus membros fixos, o CEPOS mantém relações permanentes e intensas com a comunidade acadêmica nacional e internacional, destacando-se países como Portugal, Espanha, Moçambique, Canadá, Argentina, Uruguai, Venezuela e México. Tal relacionamento – viabilizado, em grande parte, pela presença do coordenador nos mais diversos fóruns nacionais e internacionais, inclusive como dirigente de entidades científicas – resulta em contribuições bi e multilaterais. Os projetos de investigação social desenvolvidos no Grupo duram até quatro anos, no caso daqueles de doutorado, havendo outros de dois anos (mestrado), um ano (graduação) e três anos (coordenador), dentre demais modelos possíveis. A composição do Grupo de Pesquisa altera-se periodicamente, na medida em que a cada ano ingressam outros estudantes (de diversos níveis), ao mesmo tempo em que outros alunos concluem seus estudos. Já os títulos das pesquisas não raro sofrem mudanças ao longo do processo, a partir do amadurecimento do próprio trabalho. A seguir arrola-se as principais pesquisas desenvolvidas atualmente no âmbito do CEPOS (havendo outras investigações em processamento, trabalhadas especialmente por alunos de graduação):

+ TV digital terrestre: política pública, estratégias midiáticas e reconfiguração no capitalismo contemporâneo.

+ TV Escola x TV digital: trajetórias e perspectivas educacionais e culturais.

+ Sociedade civil, TV digital e Estado: trajetórias e perspectiva.

+ Ciência, tecnologia, economia e comunicação.

+ As estratégias da Rede Globo de Televisão na esfera da cidadania.

+ Mídia, política e mercado na sociedade moçambicana: o setor televisivo na Era Guebuza.

+ A trajetória do Jornal do Almoço: ciclos e fragmentos históricos da comunicação capitalista.

+ TV Caju e TV Cidade: o conteúdo local no mercado de televisão por assinatura de Aracaju.

+ Comunicação organizacional na era digital: as TVs empresariais, os sites, os blogs corporativos e a intranet estruturados a partir da convergência das mídias.

+ A interdependência estrutural como modelo de análise política.

+ Identidade e unidade latino-americanas nas obras de Glauber Rocha e Miguel Littín.

+ Fazendo filmes: cartografia da organização e das relações de trabalho nos sets de produção das equipes de realização audiovisual do Rio Grande do Sul.

Sob a supervisão geral do CEPOS, atua neste projeto, também, na UNISINOS, a Agência Experimental de Comunicação da Universidade (AgexCOM), a qual desenvolve seus trabalhos atendendo a dois interesses institucionais. Um deles é ensino (atividade-fim), de acordo com as exigências do parecer da Comissão de Avaliação das Condições de Oferta de Curso – MEC/2001; o outro é serviço (atividade-meio), entendido como todo e qualquer produto comunicacional que envolve a capacidade instalada da Agência, compreendida por professores, funcionários e alunos. É atividade-meio porque a Agência tem o formato de prestadora de serviço, com a finalidade de experimentação das práticas profissionais, mas sempre com o objetivo final sendo o ensino. Ambos os interesses co-responsabilizam-se por um objetivo comum: a excelência acadêmica (inestimável capital simbólico).

A AgexCOM é vinculada ao Curso de Comunicação Social da UNISINOS (habilitações de Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Realização Audiovisual e Comunicação Digital) e possui três áreas de atuação, Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. Cada área trabalha de forma autônoma, mas busca a integração a partir do conceito de comunicação integrada. Entre professores, funcionários e estagiários, conta com mais de 30 colaboradores.

Os estagiários da AgexCOM desenvolvem trabalhos de comunicação para os mais diversos cursos e setores da Universidade – o que caracteriza a prestação de serviço –, sempre com acompanhamento pedagógico e dentro de um prazo que possibilite o aprendizado. Ou seja, numa mesma tarefa desenvolvida, os dois interesses institucionais são cumpridos. Além disso, realiza atividades em parceria com disciplinas dos cursos de Comunicação Social, que envolvem dezenas de alunos.

Em 2007, a AgexCOM completou cinco anos de atividade, sendo seu trabalho, nesse ano, sido reconhecido com os diversos prêmios conquistados, em nível nacional e regional, em eventos como o Expocom Sul, o Expocom Nacional, o Set Universitário, o Expocom Sul, o Expocom Nacional, o Prêmio Direitos Humanos de Jornalismo e o Set Universitário da PUC-RS.

Entre os trabalhos realizados, destacam-se as pesquisas feitas para a Unidade de Graduação, uma direcionada às licenciaturas e outra, ao curso de Direito, que foram desenvolvidas pela área de Relações Públicas da agência. Entre as várias campanhas publicitárias realizadas, é possível pontuar a do Enade, que também teve como cliente a Unidade de Graduação, direcionada a centenas de alunos que precisavam realizar a prova do Ministério da Educação e que teve duração de cinco meses.

É importante também destacar as duas já tradicionais oficinas oferecidas pelo professor Miro Bacin, responsável pela área de Jornalismo da agência, de cobertura *on line* da Expointer e da Feira do Livro, que atenderam juntas mais de 100 alunos. O material produzido, como já acontecia em anos anteriores, foi diariamente disponibilizado no Portal 3 ([www.portal3.com.br](http://www.portal3.com.br)). Na Feira do Livro, a novidade foi a inclusão de vídeos *on line* com breves reportagens. Essa prática, depois da oficina, foi incluída na produção diária do portal.

Em 2007 ocorreu uma intensa aproximação da AgexCOM com a TV e com a Rádio Unisinos. Em forma de permuta, a Agência criou anúncios e vinhetas para a televisão e recebeu apoio na produção de vídeos. Além disso, os estagiários da agência passaram a produzir um programa de rádio, chamado *Reunião de Pauta*, no qual eles debatem os principais temas relacionados à comunicação e que vai ao ar aos sábados, às 13h. Em 2008, essa parceria deve se intensificar, pois já está programada a estréia de um quatro dos vídeos do Portal 3 no programa *Vale Tudo* da TV Unisinos.

Para a execução do presente projeto, a equipe, através da UNISINOS e com a coordenação do CEPOS, ainda mobiliza em sinergia a estrutura e processos já em curso da

TV Unisinos, canal educativo em UHF<sup>5</sup> (canal 30), que opera em parceria com o Canal Futura, da Fundação Roberto Marinho, e que já abrigou em sua estrutura um ambiente de testes para as pesquisas tecnológicas do SBTVD e abriga uma base da Rede de Intercâmbio da TVs Universitárias – (RITU), em desenvolvimento através da Rede Nacional de Pesquisa (RNP), do Ministério de Ciência e Tecnologia, e da Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU).

### **5. Coordenador-geral**

O coordenador-geral do projeto é o coordenador do CEPOS, Prof. Dr. Valério Cruz Brittos, cujo endereço profissional é Av. Unisinos, 950 – sala 3A 314a – Bairro Cristo Rei – CEP 93.022-000 – São Leopoldo – RS, tendo como endereço eletrônico <val.bri@terra.com.br> e telefone de contato (51) 3591-1122, ramal 1356.

Valério Cruz Brittos é professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPG-CC) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), onde coordena o Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS), sendo doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), com estudos no Departamento de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (UNL), em Portugal. Possui graduações universitárias em Comunicação Social – Jornalismo e em Direito, apresentando ainda os títulos de especialista em Ciência Política (UFPeI) e mestre em Comunicação Social (PUCRS). Sua área de investigação envolve prioritariamente o audiovisual, com foco na televisão, quanto à definição de políticas públicas e suas estratégias competitivas, no âmbito do capitalismo.

Preside, desde 2004, o Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Brasil), coordena o GT Economia Política e Políticas de Comunicação da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), edita os periódicos acadêmicos *Eptic On line-Revista Electrónica Internacional de Economía de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación* (www.eptic.com.br) e *Verso e Reverso* (www.versoereverso.unisinos.br) e é vice-presidente da Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC-Federação). É autor das obras *A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes* (São Paulo: Paulus, 2007, em co-autoria com César Bolaño) e *Recepção e TV a cabo: a força da cultura local* (2. ed. São Leopoldo:

---

<sup>5</sup> A TV Unisinos já tem seu sinal digitalizado pelo serviço de cabodifusão da Net na cidade de Porto Alegre.

Ed. UNISINOS, 2001), organizador de vários livros e responsável por artigos publicados regularmente em periódicos científicos nacionais e internacionais e veículos jornalísticos. Seu currículo completo está disponível no sítio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico (CNPq), no modelo Lattes, através do link <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.jsp?id=K4786024U5>.

## **6. Coordenadores das instituições co-responsáveis**

O coordenador do projeto na Universidade Federal de Sergipe (UFS) é o Prof. Dr. César Ricardo Siqueira Bolaño. Seu endereço profissional é Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos – Av. Marechal Rondon, s/n – Jardim Rosa Elze – CEP 49100-000 – São Cristóvão – SE, tendo como endereço eletrônico <bolano@ufs.br> e telefone de contato (79) 2105-6600.

César Ricardo Siqueira Bolaño é professor na UFS, onde coordena o Observatório de Economia e Comunicação (Obscom), e doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Atua ainda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Bolsista de Produtividade em Pesquisa 1D do CNPq, jornalista graduado pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), é autor, entre outras publicações, no Brasil e no exterior, de *Indústria cultural, informação e capitalismo* (São Paulo: Hucitec, 2000), *Mercado brasileiro de televisão* (2. ed. São Paulo: Educs, 2005) e *A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes* (São Paulo: Paulus, 2007, em co-autoria com Valério Brittos), além de co-organizador (também com Brittos) do livro *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia* (2. ed. São Paulo: Paulus, 2005). Fundou e coordenou o GT de Economia Política da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinas de Comunicação (Intercom), entidade da qual foi vice-presidente; presidiu a União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Federação); coordena o GT de Economia Política da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) e a Rede de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación ([www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br)). Concomitantemente, tem publicado textos científicos em publicações acadêmicas de cunho nacional e internacional. Seu Currículo Lattes pode ser acesso via o link <http://lattes.cnpq.br/8320476763564207>.

Na Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), por sua vez, o coordenador do projeto é o Prof. Dr. Luis Alfonso Albornoz Espiñeira, cujo endereço profissional é Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación – C/ Madrid, 126 – 28903 – GETAFE

(MADRID) – SPAIN, com o telefone 34-91-6249500 e e-mail laalbornoz@yahoo.com.

Luis Alfonso Albornoz Espiñeira é professor titular do Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual da Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación da UC3M, com doutorado em Aspectos Teóricos de la Comunicación Audiovisual y Publicitaria pela Universidad Complutense de Madrid, que recebeu o Prêmio extraordinário de doutorado da instituição. Licenciado em Ciências da Comunicação, já ministrou aulas também no Brasil, Argentina e México, dominando vários idiomas, inclusive o português. É presidente da Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC-Federação) e coordenador editorial da revista *TELOS – Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, publicação editada trimestralmente pela Fundación Telefónica de España (www.telos.es), sendo autor dos livros *Periodismo digital: los grandes diarios en la Red* (Buenos Aires: La Crujía, 2007) e *Los diarios online de información general: el caso de los grandes periódicos en español* (Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid, 2006) e coordenador e co-autor de *Al fin solos: la nueva televisión del Mercosur* (Buenos Aires: La Crujía, 2000). Participou do grupo de investigação dirigido pelo Prof. Dr. Enrique Bustamante, no marco do Programa Estudos de Progresso da Fundação Alternativas, que publicou os livros coletivos *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España* (Madrid: Gedisa, 2002, com reedição em 2004) e *Hacia un nuevo sistema mundial de la comunicación: las industrias culturales en la era digital* (Madrid: Gedisa, 2003). Por ser pesquisador estrangeiro, não possui Currículo Lattes, motivo pelo qual seu documento curricular segue em anexo.

## **7. Detalhamento do projeto**

### **7. 1. Justificativa, esboço teórico e problematização**

O modelo da TV digital terrestre brasileiro, incluindo padrão tecnológico e formas de negócios e serviços, foi definido pelo Governo Luís Inácio Lula da Silva em 29 de julho de 2006,<sup>6</sup> tendo suas operações iniciadas em dezembro de 2007.<sup>7</sup> É a partir da implantação que se abre uma série de tópicos de realização e discussão, inclusive porque o modelo definido é aberto, havendo opções de atuação, cujo rumo seguido dependerá das estratégias operacionais

---

<sup>6</sup> BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Decreto 5.820, de 29 de junho de 2006, dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão, e dá outras providências.** Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm)>. Acesso em: 28 ago. 2006.

<sup>7</sup> As emissoras devem apresentar o projeto de instalação da estação transmissora ao Ministério das Comunicações, na seqüência abrindo-se um prazo para o início das transmissões.

das emissoras, as quais, por sua vez, relacionam-se com os interesses mercadológicos, os atos oficiais e a pressão da sociedade.

Além disso, mesmo após o acerto do instrumental legislativo básico, a regulamentação não estará concluída, devendo consumir os próximos anos, já que a agenda de problemas da televisão nacional, em torno das dinâmicas de concentração, é ampla e sua abordagem tende a ser estimulada com a mudança do patamar tecnológico. Isso deve provocar ações por parte do Estado, a partir de provocações (positivas e negativas, independentemente do mérito valorativo) do mercado e da sociedade, cuja presença na área é pequena, mas crescente. Especialmente o modelo de negócios ainda pode sofrer alterações via regulação, cabendo escolhas a serem feitas diretamente pelos operadores, ou por pressão do próprio mercado, que na digitalização transcende o âmbito da radiodifusão e perpassa as telecomunicações como um todo. Uma perspectiva que reforça a idéia de que o processo ainda está parcialmente aberto, requerendo acompanhamento.

É principalmente no processo de implantação que as emissoras começam a desenvolver suas estratégias midiáticas, lançando produtos, estabelecendo calendários, incorporando novos agentes, posicionando-se institucionalmente e mercadologicamente, definindo suas dinâmicas de relacionamento com os públicos e configurando processos criativos e novas modelizações estéticas.

Nessa dinâmica coloca-se a questão da inclusão digital, que não pode ficar restrita à criação de redes, sem a contrapartida de conteúdos atraentes à maioria da população, sobretudo aplicativos com navegação mais amigável, o que dependerá não só de um conjunto de normativas, mas da forma de implementação desse bloco propositivo-ordenativo, o que passa pelos financiadores, provedores de conteúdo e distribuidores. Ou seja, a interdependência entre os atores nessa cadeia produtiva do audiovisual vai além do posicionamento e da articulação das emissoras. Acredita-se que, seguramente, haverá o impacto provocado pelas estratégias midiáticas de cada canal, mas também importará a capacidade de produtoras independentes, a disposição da própria sociedade de interagir (pressionando, produzindo e veiculando) e o comprometimento do Estado, de fiscalizar o cumprimento do estabelecido e de editar novos instrumentos jurídicos (devendo ser o Congresso Nacional um palco destacado dessa discussão).

Nesse quadro, apresenta-se ainda a dimensão do espaço público, considerando-se a esfera pública *habermasiana* um referencial importante, mas não correspondente à realidade atual. Entretanto, o quadro em construção oferece nova dinâmica, através da qual poderá ser maior ou menor a aproximação da televisão deste sentido de espaço público. A perspectiva de

uma convergência entre televisão, internet, telefonia fixa e móvel (e ainda dos serviços de satélite e cabo), ao mesmo tempo em que tensiona os atores de cadeia econômica, apresenta no horizonte uma ambiência midiática que tende a reconfigurar este lugar de visibilidade, de publicações e de tensões dos campos sociais.

Conceitualmente, somente a troca do eletromagnético pelo código binário, por si só, já rompe com paradigmas de materialidade<sup>8</sup> tal qual conhecidos, sustentáculos das lógicas regulatórias e, conseqüentemente, de produção, circulação e consumo. Mesmo que a via de transmissão siga usando as ondas hertzianas, o código numérico significa a desintegração do feixe de luz em pacotes de séries 0100001. Com a digitalização, tudo é volátil, transformável, portanto, não há fronteiras e abre-se um leque imenso de possibilidade.

Em revanche à imaterialidade do digital, o dispositivo tecnológico da interatividade gera um canal de diálogo concreto entre as emissoras e telespectadores. Coloca-se, assim, uma problemática distinta, que diz respeito à relação entre a possibilidade e o fato, as promessas das emissoras e a adesão dos telespectadores. Há no processo comunicacional numa nova dimensão de relacionamento entre as instâncias de produção e reconhecimento que não será apenas simbólica, como no universo analógico, mas pode se dar concretamente graças aos dispositivos de interatividade. Um processo, de alguma maneira, já verificável na internet, através da relação entre operadores que oferecem serviços na rede e os internautas. É a fluidez deste cenário que requer uma transversalidade na pesquisa, no acompanhamento, na descrição e na reflexão do processo em todas as suas nuances, com vistas à produção de conhecimento e competências.

A televisão digital começou no Brasil sem interatividade (não havendo transmissão desse tipo de conteúdo, nem *softwares* com tal recurso, nos conversores) e com possibilidade de captação apenas por aqueles poucos telespectadores que possuíam os caros equipamentos que permitem a captação do sinal digitalizado. Acrescente-se a isso que poucos programas vêm sendo transmitidos em alta definição. Entre as operadoras, a TV Globo é a que se encontra em fase mais adiantada de desenvolvimento da digitalização na área de produção, desde antes do início da transmissão digital, mas, exceto alguns poucos ensaios de conteúdo em alta definição, em regra suas experiências anteriores envolveram produção digitalizada de programas na resolução padrão. A Rede Record já montou um complexo de estúdios com captação e processamento de sinais em HD. Ainda que de modo próprio, atualmente todas as

---

<sup>8</sup> Sabe-se que a imagem em suporte magnético é analógica, física. Depois de registrada, mesmo que reproduzida mais de uma vez, tem como limite as condições do seu registro original. A imagem em suporte digital é numérica. É virtual, podendo sofrer alterações ilimitadas.

redes vêm desenvolvendo estratégias de digitalizar seus estúdios e arquivos. Isso foi constatado em pesquisa anterior, em que foram estudados os momentos preparatórios à implantação da televisão digital, detendo-se nos momentos de discussão, regulamentação preliminar, planejamento e testes desta tecnologia.<sup>9</sup> Definido esta etapa, agora se pretende avançar, chegando ao processo de implementação da tecnologia televisiva digital, com tudo o que esta representa e pode significar.

Assim, a problemática desta proposição de pesquisa busca por respostas às seguintes questões, refletindo, igualmente, sobre suas relações:

a) Qual o impacto da digitalização sobre a economia do audiovisual, com base na concentração da TV aberta (quanto à propriedade, controle, produção e distribuição) e o fomento estimulado pelo poder público para a constituição de um arranjo produtivo no setor, através de incentivos financeiros e políticos?

b) Como se processa a inclusão digital, a interatividade e a convergência nos marcos da TV digital?

c) O que muda, em termos de estratégias midiáticas, do ponto de vista institucional, comercial, de regulação social, de relacionamento com os públicos e de produção de conteúdo com a digitalização da televisão convencional?

d) Como a digitalização da televisão hertziana se ajusta à posição de mercado de outros *players*, como a TV por assinatura, a telefonia fixa e móvel e a IPTV (TV em protocolo IP geradas através da rede de banda larga)?

e) A digitalização aproximará a televisão de um serviço de espaço público, configurando uma nova ambiência midiática?

## 7. 2. Objetivos

A transição para o digital tem prazo para estar concluída até 29 de junho de 2016. Até lá, deverá haver transmissão simultânea pelos dois sistemas, analógico (cujas concessões depois serão devolvidas ao Estado) e digital, por um período que poderá se alongar, se medidas até agora adotadas não conseguirem reduzir os custos para o consumidor final.

A variação desse prazo deve dar-se principalmente pela maior ou menor adesão dos usuários à televisão digital, embora as emissoras venham a implantar a inovação com calendários específicos, já que a mudança tecnológica implicará em dispêndio de elevados recursos.

O Governo já anunciou a concessão, pelo Banco Nacional de Desenvolvimento

---

<sup>9</sup> BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital**: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007.

Econômico e Social (BNDES), de financiamento a radiodifusores, para digitalização das redes de emissoras e retransmissoras, e à população, visando à compra de conversores. O SBT já tomou R\$ 9 milhões em financiamento subsidiado junto ao BNDES para trocar todos seus transmissores. Os conversores foram lançados (no final de novembro, praticamente às vésperas da estréia da televisão digital) por preços bastante elevados, entre R\$ 496,00 e R\$ 1.096,00.<sup>10</sup> Tais números ultrapassam significativamente a previsão inicial. Miro Teixeira, quando estava à frente do Ministério das Comunicações, previa que o conversor ficaria entre US\$ 50 e US\$ 100.<sup>11</sup> A maioria das projeções, contudo, sempre foi de custos superiores, os quais, a partir de agora, tendem a baixar. Esta e outras medidas para a popularização da tecnológica são necessárias, pois a combinação preços caros, falta de conteúdos diferenciados e ausência de interatividade pode levar a televisão digital terrestre a uma dificuldade de alavancagem.

Todavia, mostram-se evidente as carências de recursos humanos e de processos de reflexão que acompanhem e investiguem este percurso, possibilitando a produção de conhecimento que alimente o debate e contribua para a formação de novas competências, seja para experiências de democratização, definição do modelo de negócios e serviços, desenvolvimento de novos modos de gestão ou renovação da produção de conteúdo.

A partir da Economia Política de Comunicação, o propósito deste projeto é avançar na pesquisa, quanto à regulação, processos de produção e programação, desenvolvimento de conteúdo, inovação quanto a gêneros e formatos e estabelecimento efetivo de interatividade, levando em conta o processo de implementação da tecnologia televisiva digital, com tudo o que representa e pode significar na dinâmica de uma ambiência midiática que transcende a própria TV, conforme tradicionalmente concebida e operante. Desta maneira, imagina-se possível criar um espaço de incremento à investigação científica no campo e ao desenvolvimento de competências, com vistas a propiciar “a expansão de tecnologias brasileiras e da indústria nacional relacionadas à tecnologia de informação e comunicação”; incentivar a evolução das atuais operadoras de TV analógica; estimular o ingresso de novos agentes, permitir a ampliação do setor; possibilitar o desenvolvimento de processos comunicacionais; “e contribuir para a convergência tecnológica e empresarial dos serviços de comunicações” tal como determina o decreto que criou o SBTVDT.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> MARSOLA, Cristiane. Lojas financiam conversores de TV em até 25 vezes. **O Globo Online**, Rio de Janeiro, 7 dez. 2007. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2007/12/06/327487069.asp>>. Acesso em: 12 dez. 2007.

<sup>11</sup> TV DIGITAL brasileira terá R\$ 80 milhões. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 11 nov. 2003.

<sup>12</sup> BRASIL. Decreto n. 4.901, de 26 de novembro de 2003. Institui o Sistema Brasileiro de Televisão Digital –

Assim, o objetivo geral é:

Investigar as configurações, dinâmicas e impactos do processo de implantação da televisão digital terrestre no Brasil, com o propósito de produção de conhecimento e capacitação de recursos humanos.

Já os específicos são:

a) Trabalhar o processo de construção da TV digital terrestre no Brasil, à luz dos impactos das diretrizes da política pública brasileira para o setor, das decisões estratégicas e da mobilização social;

b) observar as composições da cadeia produtiva do audiovisual, averiguando suas repercussões econômicas e políticas, bem como sua capacidade de descentralizar a produção e inovar;

c) averiguar as configurações das relações entre emissoras e telespectadores, estudando as estratégias desenvolvidas pelas emissoras ao longo do processo de digitalização da TV aberta;

d) verificar o processo de inclusão digital nos marcos da TV digital;

e) analisar o comportamento e a acomodação das outras mídias e serviços de distribuição de conteúdo eletrônico nesse ambiente de convergência;

f) compreender as dinâmicas mais recorrentes nos processos interativos, com base em testagem empírica numa ambiente de convergência TV e internet.

### **7.3. Áreas temáticas e linhas de pesquisa**

A proposta abriga-se abriga na linha temática de gestão, produção, geração, veiculação, interatividade e educação à distância na TV digital descrita no edital RH-TVD nº 01/2007, publicado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). O CEPOS e este projeto, em decorrência, inserem-se na linha de pesquisa Mídias e Processos Audiovisuais, do Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS, cuja área de concentração é Processos Midiáticos. A ementa da linha foca na pesquisa das mídias audiovisuais, no âmbito da convergência tecnológica e considerando as perspectivas cultural, política e filosófica, estabelecendo ainda que “desenvolve investigações teórico-metodológicas sobre a significação e a produção da produção, da circulação e do consumo de audiovisuais, focalizando suas estéticas, linguagens

e técnicas, os devires de cultura, as estratégias e a economia política dos meios”.<sup>13</sup>

Assim, o presente projeto viria a estimular e fortalecer a nova linha de pesquisa Mídias e processos audiovisuais, criada em 2006, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos e consolidar os empreendimentos do CEPOS na direção do SBTDVT, estando em perfeita sintonia com a área temática do edital, o qual aborda universo da gestão, produção, geração, veiculação, interatividade e educação à distancia na TV digital.

Sobre a área de Processos Midiáticos, entende-se ser importante destacar que “enfoca o campo das mídias, abordando os sistemas eletro-eletrônicos de comunicação e as demais esferas implicadas nas interações sociais tecnologicamente mediadas”, neste quadro pesquisando as culturas, os sistemas comunicacionais e as práticas operantes por intermédio de “estruturas tecnológicas de mediação à distância, com lógicas e estratégias próprias, e configuram sistemas de significação singulares”.<sup>14</sup>

A pesquisa em Economia Política da Comunicação aborda a realidade comunicacional, analisando o comportamento econômico-político dos meios e demais agentes intervenientes, notadamente Estado, organismos de articulação social e outros produtores. Ao pensarem-se os processos de comunicação e cultura industriais diante da Economia Política, no cerne está a sua conexão com o capitalismo, ou seja, que aquelas se inserem neste, o que não implica determinação direta. É que o capitalismo funciona encadeadamente e numa proporção acelerada a produção industrial cultural e suas companhias expandem-se de maneira globalizada, perseguindo novos mercados e, por implicação, acréscimo de receita. Para Martínez, este processo social, consubstanciado nas mutações do sistema de produção simbólica da sociedade, pode ser desvendado, através da Economia Política, articulando-se a mídia dinamicamente “com as diferentes transformações produzidas em outros sistemas, como o tecnológico, o econômico e o político, assim como a estrutura de domínio que se estabelece no sistema dos intercâmbios internacionais, na qual também estão presentes os meios de comunicação” e seus produtos.<sup>15</sup>

Assumindo-se a Economia Política da Comunicação como condutora deste projeto, é a partir dela que se estuda os mercados e seus produtos, bem como o Estado e demais atores sociais, estabelecendo-se deste lugar o diálogo com outras disciplinas e visões da realidade

<sup>13</sup> UNISINOS. **Mídias e processos audiovisuais.** Disponível em: <[http://www.unisinos.br/ppg/comunicacao/index.php?option=com\\_content&task=view&id=38&Itemid=121&menu\\_ativo=active\\_menu\\_sub&marcador=121](http://www.unisinos.br/ppg/comunicacao/index.php?option=com_content&task=view&id=38&Itemid=121&menu_ativo=active_menu_sub&marcador=121)>. Acesso em: 20 jan. 2008.

<sup>14</sup> UNISINOS. **Área de concentração.** Disponível em: <[http://www.unisinos.br/ppg/comunicacao/index.php?option=com\\_content&task=view&id=42&Itemid=126&menu\\_ativo=active\\_menu\\_sub&marcador=126](http://www.unisinos.br/ppg/comunicacao/index.php?option=com_content&task=view&id=42&Itemid=126&menu_ativo=active_menu_sub&marcador=126)>. Acesso em: 20 jan. 2008.

<sup>15</sup> MARTÍNEZ, Marcial Murciano. **Estructura y dinámica de la comunicación internacional.** Barcelona: Bosch, 1992. p. 20.

social,

#### **7. 4. Ações previstas**

Com base nas questões e propostas já listadas projetam-se as seguintes ações:

- a) Fazer um levantamento do estado da arte da implantação da TV digital no Brasil, averiguando os cronogramas e as estratégias das emissoras;
- b) mapear a escala de produção de conteúdo em digital, particularmente em alta definição;
- c) conhecer o posicionamento atual de mercado de cada agente da cadeia produtiva, verificando suas ações e planos de posicionamento estratégico;
- d) medir os impactos das políticas públicas para o setor, como a redistribuição do espectro e as linhas de financiamento subsidiado para a troca dos parques tecnológicos de transmissão e produção;
- e) coletar e analisar as novas produções, levando em conta especificações de gêneros e formatos, verificando indicadores de inovação, no âmbito da dialética homogeneização-diferenciação da realização cultural;
- f) avaliar as experiências interativas e de inclusão digital, analisando e classificando a performance dos aplicativos;
- g) dimensionar e descrever as reconfigurações do ambiente midiático, na perspectiva da convergência;
- h) promover reuniões de socialização da pesquisa entre o CEPOS, parceiros e sociedade;
- i) fazer missões de pesquisa e docência aos centros produtores de audiovisual, às grandes redes no país e no exterior e instituições acadêmicas;
- j) experimentar formatos de convergência, através da TV Unisinos e Portal 3;
- k) publicar e debater os resultados dos processos de pesquisa.

#### **7. 5. Resultados esperados e impactos previstos com base nas metas e indicadores de progresso**

*De maneira geral:*

espera-se a produção de conhecimento e desenvolvimento teórico-metodológico para contribuir com a reflexão crítica e compreensão destes fenômenos empíricos que se dão no processo de implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T).

*De maneira pontual:*

- a) avançar na pesquisa acerca da digitalização da televisão, já em desenvolvimento no

âmbito do CEPOS, consolidando-o como um grupo de investigação das abordagens da linha proposta no edital;

b) formar um doutor e dois mestres com trabalhos de investigação focados no SBTVD-T;

c) conhecer o estado da arte da digitalização da TV no Brasil levando em conta seus impactos políticos, econômicos e sociais;

d) compreender as dinâmicas desta ambiência de convergência, sobretudo, da interatividade;

e) criar indicadores de desenvolvimento e medição dos progressos ou retrocessos da digitalização;

f) publicar semestralmente pelos menos dois artigos apresentando resultados parciais das pesquisas;

g) desenvolver produtos audiovisuais digitais, com ênfase na inovação e na interatividade;

h) publicar o resultado final.

## **7. 6. Cronograma de execução e de cumprimento das metas de progresso**

### *Primeiro semestre de 2008*

- + estruturação operacional-adminstrativa;
- + incorporação de bolsistas de doutorado e mestrado;
- + constituição da equipe de investigação;
- + integração interinstitucional;
- + reuniões e diálogos (pessoais e virtuais) entre a equipe;
- + consulta em bibliotecas;
- + consulta via internet;
- + início do mapeamento do estado da arte da implantação da TV digital;
- + primeira missão de pesquisa;
- + redação de textos;
- + discussão preliminar sobre as formas de socialização dos dados e transferência dos resultados, com desencadeamento do processo;
- + participação em eventos científicos.

### *Segundo semestre de 2008*

- + reuniões e diálogos (pessoais e virtuais) entre a equipe;
- + consulta em bibliotecas;

- + consulta via internet;
- + planejamento de estudos sanduíche;
- + segunda missão de pesquisa;
- + início do monitoramento das experiências interativas na TV aberta;
- + desenvolvimento de propostas de experimentos com formatos de convergência através da TV Unisinos e Portal 3;
- + redação de textos;
- + discussão sobre as formas de socialização dos dados e transferência dos resultados, já interagindo com a comunidade acadêmica;
- + participação em eventos científicos.

*Primeiro semestre de 2009*

- + reuniões e diálogos (pessoais e virtuais) entre a equipe;
- + incorporação de bolsista de mestrado;
- + consulta em bibliotecas;
- + consulta via internet;
- + finalização do levantamento sobre o estado da arte da implantação da TV digital terrestre e acompanhamento periódico desta evolução;
- + definição dos primeiros de indicadores de monitoramento;
- + missão de pesquisa e docência;
- + início dos testes com formatos de convergência através da TV Unisinos e do Portal 3 da Agência de comunicação da Unisinos.
- + redação de textos;
- + socialização dos dados e transferência dos resultados;
- + participação em eventos científicos.

*Segundo semestre de 2009*

- + reuniões e diálogos (pessoais e virtuais) entre a equipe;
- + consulta em bibliotecas;
- + consulta via internet;
- + acompanhamento periódico do estado da arte da implantação da TV digital;
- + início de estudo sanduíche;
- + confirmação de indicadores de monitoramento;
- + missão de pesquisa e docência;
- + publicação de artigos com resultados parciais;

- + aferição e descrição dos primeiros resultados dos experimentos interativos no portal 3 e TV Unisinos e fazer os ajustes necessários;
- + redação de textos;
- + socialização dos dados e transferência dos resultados;
- + participação em eventos científicos.

*Primeiro semestre de 2010*

- + reuniões e diálogos (pessoais e virtuais) entre a equipe;
- + incorporação de bolsistas de mestrado;
- + consulta em bibliotecas;
- + consulta via internet;
- + relatório do levantamento dos impactos políticos, econômicos e sociais;
- + acompanhamento periódico do estado da arte da implantação da TV digital;
- + deslocamento de estudo sanduíche;
- + confirmação de indicadores de monitoramento;
- + missão de pesquisa e docência;
- + publicação de artigo com resultados parciais da pesquisa e experimentos;
- + redação de textos;
- + socialização dos dados e transferência dos resultados;
- + participação em eventos científicos.

*Segundo semestre de 2010*

- + reuniões e diálogos (pessoais e virtuais) entre a equipe;
- + consulta em bibliotecas;
- + consulta via internet;
- + relatório das pesquisas com descrição teórico-metodológica desenvolvidas;
- + análise dos impactos políticos, econômicos e sociais;
- + acompanhamento do estado da arte da implantação da TV digital;
- + confirmação de indicadores de monitoramento;
- + missão de pesquisa e docência;
- + concluída a formação do primeiro mestre;
- + publicação de artigo com resultados parciais;
- + redação de textos;
- + socialização dos dados e transferência dos resultados;
- + participação em eventos científicos.

*Primeiro semestre de 2011*

- + reuniões e diálogos (pessoais e virtuais) entre a equipe;
- + consulta em bibliotecas;
- + consulta via internet;
- + relatório das pesquisas com descrição teórico-metodológica desenvolvidas;
- + análise dos impactos políticos, econômicos e sociais;
- + acompanhamento do estado da arte da implantação da TV digital;
- + missão de pesquisa e docência;
- + publicação de artigo com resultados parciais;
- + redação de textos;
- + socialização dos dados e transferência dos resultados;
- + participação em eventos científicos.

*Segundo semestre de 2011*

- + reuniões e diálogos (pessoais e virtuais) entre a equipe;
- + consulta em bibliotecas;
- + consulta via internet;
- + relatório das pesquisas com descrição teórico-metodológica desenvolvidas;
- + análise dos impactos políticos, econômicos e sociais;
- + acompanhamento do estado da arte da implantação da TV digital;
- + missão de pesquisa e docência;
- + publicação de artigo com resultados parciais;
- + concluída a formação do segundo mestre;
- + concluída a formação do doutor;
- + redação de textos;
- + socialização dos dados e transferência dos resultados;
- + participação em eventos científicos.

*Primeiro semestre de 2012*

- + reuniões e diálogos (pessoais e virtuais) entre a equipe;
- + consulta em bibliotecas;
- + consulta via internet;
- + relatório final das pesquisas com descrição dos experimentos executados;
- + organização dos resultados para publicação final;
- + redação de textos;

- + socialização dos dados e transferência dos resultados;
- + participação em eventos científicos;

### **7. 7. Caracterização das equipes docentes/pesquisadores**

#### *A) Valério Cruz Brittos*

Dados acadêmicos já dispostos em item específico deste projeto.

#### *B) César Ricardo Siqueira Bolaño*

Dados acadêmicos já dispostos em item específico deste projeto.

#### *C) Flávia Seligman*

Graduada em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1986), com mestrado (1990) e doutorado (2000) em Artes com opção em Cinema pela Universidade de São Paulo. Atualmente é professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia, Política e Sociedade (CEPOS). Cineasta, trabalha como roteirista e diretora na área do audiovisual. Atua principalmente nos seguintes temas: cinema brasileiro, cinema, curta-metragem, análise fílmica representação do trabalho, documentário e produção. Foi avaliadora de cursos do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) até dezembro de 2006. Dispõe de Currículo Lattes. O endereço profissional é Av. Unisinos, 950 – sala 3A 318 – Bairro Cristo Rei – CEP 93.022-000 – São Leopoldo – RS, tendo como endereço eletrônico <flavias@unisinos.br> e telefone de contato (51) 3591-1122, ramal 1350.

#### *D) Prof. Dr. Luis Alfonso Albornoz Espiñeira*

Dados acadêmicos já dispostos em item específico deste projeto.

#### *E) Miro Luiz dos Santos Bacin*

Sua graduação é em Comunicação Social, o mestrado em Ciências da Comunicação (1999), pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), e o doutorado em Comunicação Social, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), com tese sobre telejornalismo e participação da fonte amadora, um elemento de interatividade. É professor das Comunicações da UNISINOS, sendo o responsável pela área de Jornalismo da Agência Experimental de Comunicação da Universidade (AgexCOM). Como docente, ministra principalmente disciplinas da área de jornalismo, voltadas à produção de conteúdos. Já atuou como avaliador de cursos do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) e possui Currículo na Plataforma Lattes. Tem seu

endereço profissional à Av. Unisinos, 950 – Bairro Cristo Rei – CEP 93.022-000 – São Leopoldo – RS, sendo o endereço eletrônico <miro@unisinos.br> e telefone de contato (51) 3591-1122.

*F) Alexandre Schirmer Kieling*

Possui graduação em Comunicação Social (1985) pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e mestrado em Ciências da Comunicação (2003) pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Além de professor na instituição, é doutorando do Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na Unisinos, onde desenvolve pesquisa sobre interatividade na TV digital. É diretor técnico da Associação Brasileira de Televisão Universitária, foi coordenador da Câmara de Conteúdo do Comitê Consultivo do SBTDV e também pesquisador nos projetos Funtel/FINEP para o desenvolvimento de codificação de vídeo e camada de transporte do Sistema Brasileiro. Atua principalmente nos seguintes temas: TV digital, televisão brasileira, interatividade, gestão de realização audiovisual. Seu endereço profissional é Av. Unisinos, 950 – Bairro Cristo Rei – CEP 93.022-000 – São Leopoldo – RS, já o endereço eletrônico, <akieling@unisinos.br> e telefone de contato (51) 3591-1122. Apresenta Currículo Lattes.

### **7. 8. Linhas gerais do cronograma a ser cumprido**

Numa visão geral, o primeiro ano do projeto servirá para ajustar a articulação das equipes e instituições envolvidas, iniciando o levantamento que vai permitir conhecer o estado da arte da TV digital no Brasil.

No segundo ano, haverá avaliação e qualificação de projetos de pesquisa de mestrados e doutorando envolvidos no projeto, com início dos experimentos de interatividade e convergência.

O terceiro ano terá como foco principal análises do material coletado, descrição das experiências de interatividade e monitoramento dos impactos, ante o avanço do processo de implantação da TV digital aberta.

Durante o quarto ano, serão desenvolvidos consolidação dos resultados com levantamentos complementares e testes finais, além do acompanhamento à finalização de teses e dissertações dos bolsistas envolvidos no projeto.

Por fim, o quinto ano (1º semestre) será dedicado à consolidação de dados, debates analíticos, redações finais e outros procedimentos finais.