Ministro defende regulamentação das TVs abertas

Paulo Bernardo afirmou que não se trata de dizer o que pode ser veiculado, mas de estabelecer regras

RONALDO D'ERCOLE
ronaldod@oglobo.com.br

-SÃO PAULO- O ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, defendeu ontem que as TVs abertas e mesmo as rádios tenham uma regulamentação parecida com a que foi adotada para as TVs por assinatura, com cotas de conteúdo nacional e regional nas suas programações. Segundo Bernardo, que participou ontem da abertura do Congresso da ABTA (Associação Brasileira de TV por Assinatura), a regulamentação dos serviços de rádio e TV aberta está prevista na Constituição e isso terá de ser feito. Bernardo enfatizou que não se trata de dizer o que pode ou não ser veiculado, mas de estabelecer padrões e regras, inclusive para evitar monopólios e excessiva concentração no setor.

Bernardo citou o exemplo hipotético de uma rede com 300 rádios pelo Brasil, que transmite a partir de uma única matriz.

— Acho que está errado. Temos que ter a produção jornalística, a produção cultural local, no lugar. Pode até ter rede em alguns momentos, mas sou a favor de ter essas cotas de conteúdo — disse, acrescentado adiante: — Quando falamos que vamos discutir conteúdo, como a presidente Dilma Rousseff falou, é o seguinte: nós não estamos preocupados com o que o noticiário vai dizer, com o que um apresentador de televisão, de rádio, ou um articulista vai dizer no jornal. Isso, ou é assunto para o direito de resposta, se for considerado ofensivo, ou é assunto para polêmica, para briga política.

O ministro afirmou ainda que a regulamentação de rádio e televisão aberta tratará também das restrições previstas na Constituição quanto à concentração de poder econômico. Segundo ele, a Constituição veta a existência de monopólios e oligopólios em TV ou rádio. Bernardo descartou a existência de monopólio, mas disse que a de oligopólio pode ser discutida. Assim como o sistema de afiliadas das grandes redes.

— Isso tem que ser discutido — disse Bernardo, citando o caso do grupo que edita o diário "Clarín", da Argentina, que detinha 92 emissoras licenciadas: — É evidente que isso é uma concentração.

Enquanto Bernardo falava, um grupo de manifestantes entrou no pavilhão onde ocorria a cerimônia de abertura do evento e estendeu uma faixa cobrando do ministro o cumprimento do "artigo 54 da Constituição", com a frase "Político não pode ter TV", seguida dos nomes dos senadores Fernando Collor de Melo (PTB-AL), Agripino Maia (DEM-RN), Lobão Filho (PMDB-MA) e Jáder Barbalho (PMDB-PA), que controlam afiliadas de redes nacionais de TV em seus estados.

Questionado depois, o ministro disse ser contra "políticos terem concessões de rádio e televisão". Mas a legislação vigente apenas veta que eles tenham cargos de direção em emissoras, não que tenham participação acionária.

O ministro afirmou ainda que empresas que oferecem conteúdo audiovisual pela internet, como a americana Netflix, devem ser regulamentadas e tributadas como as TVs pagas.

— Essas empresas recebem lá fora dos assinantes pelo cartão de crédito internacional. De certa forma, para esse segmento somos um paraíso fiscal — disse Bernardo. ●

Matéria

On Telecom quer investir R$ 500 milhões no Brasil

Empresa de banda larga recebeu US$ 150 milhões de George Soros

-SÃO PAULO- A On Telecom, que recebeu US$ 150 milhões (cerca de R$ 345 milhões) do fundo da família do mega investidor George Soros, pretende oferecer internet de banda larga fixa 4G em 133 cidades no estado de São Paulo. Por enquanto, a operação atinge apenas 3 mil assinantes, que fazem parte de um programa experimental nas cidades de Itatiba e Valinhos, na região de Campinas. Segundo Fères Nassar, brasileiro de origem libanesa e fundador da companhia, no total serão investidos R$ 500 milhões ao longo dos próximos três anos, quando o fundo de Soros assumirá o controle do negócio.

Até o final do ano, a operação deve se estender para Campinas e outros municípios da região, além de Ribeirão Preto e São José do Rio Preto, todos com renda per capta acima da média brasileira. Ao final do terceiro ano, a meta é atingir dez milhões de assinantes. Nassar não descarta a entrada de novos sócios ou até uma abertura de capital na Bolsa (IPO) para sustentar a expansão dos serviços para todo o país.

O empresário disse que a operadora também vai crescer nas grandes capitais (onde ainda não tem autorização para operar) por meio da compra das faixas de MMDS das empresas Telefonica/Vivo e Claro, que tiveram de renunciar a esta tecnologia para adquirir as licenças de 4G no último leilão da Anatel. Também está certa a oferta de um serviço de TV paga, por meio de vídeo sob demanda.

— Temos planos agressivos e vamos surpreender — disse Nassar, lembrando que o lançamento comercial da empresa só será feito em setembro.

Com cem funcionários e sede comercial em São Paulo e operacional em Campinas, a On Telecom nasceu depois da aquisição da Sunrise Telecomunicações, uma operadora de TV paga na capital paulista, e da compra dos lotes das áreas de DDD 12 e 19, no leilão de 4G realizada em junho do ano passado. As valores dos planos de assinatura mensal vão variar de R$ 99 (10GB) a R$ 169,90 (100 GB). ●

Estudo vincula Twitter com audiência na TV

Nielsen planeja novo indicador para medição de tweets

-SAN FRANCISCO- Um frenesi de conversas no Twitter sobre um programa geralmente significa que mais telespectadores estão em sintonia, enquanto programas de TV mais populares geram mais atividade no microblog, mostra novo estudo da Nielsen. A empresa de medição de mídia diz que, pela primeira vez, ficou comprovado com rigor estatístico o que muitos no setor de mídia suspeitavam nos últimos anos: a avaliação de um programa e a magnitude do barulho que ele provoca no Twitter estão diretamente relacionados.

— Nós vimos uma influência estatisticamente significante indicando que um pico na audiência pode aumentar o volume de tweets e, reciprocamente, um pico nos tweets pode aumentar a audiência — explicou Paul Donato, diretor de Pesquisas da Nielsen.

Os resultados foram anunciados ontem. A empresa afirma que eles sustentam a implantação de um novo sistema de classificação que será lançado em breve. Em parceria com o Twitter, a empresa deve começar a publicar o novo "Nielsen Twitter TV Rating", que mede o volume de conversa na rede social sobre cada programa. ●

Matéria

Fonte: O Globo, Rio de Janeiro, 7 ago. 2013, Economia, p. 26.