



## **A Implementação da TV Digital: Uma Visão Semiótica do Programa Ver TV<sup>1</sup>**

Luiz Augusto Seguin Dias e Silva<sup>2</sup>

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - UNESP

### **Resumo**

A chegada da TV digital provoca discussões em diversas instâncias da sociedade, onde questionamentos e incertezas ainda fazem parte desse tema tão novo e tão promissor. Sabendo disso, o programa *Ver TV*, da TV Câmara, sempre preocupado com assuntos ligados à televisão nacional, resolveu debater esse tema a fim de esclarecer algumas dúvidas. Dessa forma, o presente trabalho tem a proposta de analisar e identificar, por meio do percurso gerativo do sentido, as marcas enunciativas que estruturam a construção do discurso do programa, baseando-se principalmente na relação do apresentador com os vídeos expostos no decorrer da exibição.

### **Palavras-chave**

Destinador-manipulador; isotopias temáticas; televisão.

### **1. Introdução**

A TV digital chegou ao Brasil em 2 de dezembro de 2007, primeiramente para a grande São Paulo. Depois de anos de discussões e estudos, finalmente a tecnologia digital seria uma realidade para a sociedade brasileira. Porém, apesar do marco histórico, pouco se ouviu falar do tema com especificidade. As interrogações prevaleciam perante a infinidade de promessas que poderiam vir com o sinal digital.

Conversor digital, set top box, interatividade, espectro e multiprogramação eram alguns dos assuntos que permaneciam estranhos para boa parte da população. Sabendo disso, o programa *Ver TV*<sup>3</sup>, da TV Câmara, na sua exibição de 29 de novembro de 2007 - semana da chegada da nova tecnologia -, debateu o tema “TV digital” com convidados que estavam direta ou indiretamente envolvidos com o tema.

O programa *Ver TV*, para fins de análise, é constituído por três blocos, no quais o apresentador, Lalo Leal, discute um tema sempre ligado à televisão com seus três

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado às Divisões Temáticas, na DT 04 - Comunicação Audiovisual, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Federal do Pará, atualmente é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista – UNESP, onde desenvolve pesquisa sobre a auto-reflexão televisiva. Endereço eletrônico: laseguin@hotmail.com

<sup>3</sup> O *Ver TV*, criado em fevereiro de 2006, é uma realização da TV Nacional em parceria com a TV Câmara, sendo que tem o apoio da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados. Sua proposta é discutir o papel da TV na sociedade brasileira. A apresentação fica a cargo do jornalista e professor da Universidade de São Paulo Laurindo Lalo Leal Filho.



convidados, geralmente de formações e pensamentos distintos. Como um auxílio no desenvolvimento do programa, já que levantam posições sobre a temática debatida, vários vídeos são exibidos durante as discussões. Assim, o primeiro vídeo explica o tema a ser debatido, expõe suas causas, conseqüências e possíveis disputas de poder em jogo, enquanto que os vídeos subseqüentes surgem de modo a compor a dinâmica do programa.

Sabendo disso, o estudo tem como objetivo analisar os discursos do programa através do percurso gerativo do sentido, o que possibilitará, dentre outros pontos, a identificação de como os posicionamentos do apresentador e dos vídeos delegados por ele estruturam uma linha enunciativa que percorre todo o discurso.

## 2. Análise

A base teórica que dará sustentação aos resultados dessa análise será o percurso gerativo do sentido proposto por Greimas e Courtés (1983, p. 86), principalmente em seus níveis narrativo e discursivo. O nível narrativo permitirá a percepção das transformações ligadas a personagens individualizados, levando em consideração o espetáculo presente, os sujeitos narrativos envolvidos e o papel que cada um desempenha (BARROS, 2002, p.16). Já o nível discursivo possibilitará a identificação das isotopias<sup>4</sup> temáticas que mostrarão as linhas enunciativas recorrentes no discurso.

De modo a nomear os sujeitos presentes na cena narrativa do programa, segundo a semiótica greimasiana, e assim facilitar o entendimento do jogo enunciativo presente, precisamos entender o apresentador como possuidor de um papel fundamental para o desenvolvimento do Ver TV. Ele, além de controlar as vozes em *off* e as entradas gravadas em vídeo, atua como um sujeito-destinador dos demais sujeitos presentes. Dessa forma, consideraremos o Ver TV, enquanto programa constituinte de uma programação televisiva, como o enunciador<sup>5</sup>, tendo o apresentador e sua equipe como o destinador-manipulador<sup>6</sup> e os convidados como sujeitos operadores. O enunciatário<sup>7</sup>, por sua vez, será o telespectador do programa.

---

<sup>4</sup> A isotopia é a reiteração, a repetição de traços semânticos ao longo do texto. Traços esses que dão coerência semântica e transformam o texto em uma unidade (FIORIN, 2005, p. 112).

<sup>5</sup> “Denominar-se-á enunciador o destinador implícito da enunciação (ou da comunicação)” (GREIMAS; COURTÉS, 1983, p. 150).

<sup>6</sup> “Responsável pelos valores do discurso e capaz de levar o enunciatário a crer e a fazer” (BARROS, 2002, p. 62).

<sup>7</sup> “...o enunciatário corresponderá ao destinatário implícito da enunciação” (GREIMAS; COURTÉS, 1983, p. 150)”.



Dessa forma, assim que o programa tem início, o apresentador faz uma pequena introdução<sup>8</sup> sobre a implementação da TV digital no Brasil, dando destaque à temática da dúvida como sendo um dos principais tópicos a serem debatidos, inclusive listando três delas, que são: “quem terá acesso a ela?”, “haverá uma nova programação?” e “como se dará a tão anunciada interatividade?”. Esses questionamentos parecem ser os nortes da discussão a ser feita entre o apresentador e os seus convidados, o professor Marcelo Zuffo, do Laboratório de Sistemas Integráveis da Escola Politécnica, da USP; a jornalista Miriam Aquino, diretora da Momento Editorial, que publica a revista A Rede; e o professor Adilson Cabral, do curso de comunicação da Universidade Federal Fluminense

## **2.1 - O primeiro vídeo**

Logo após essa breve introdução, o apresentador chama o primeiro vídeo, de modo a explicar ao telespectador detalhes sobre o tema que será debatido. E o que predomina na estrutura do vídeo é o tom didático, tendo uma locutora, que é um actante delegado pelo sujeito-destinador, expondo os principais dados sobre a implementação da TV digital no Brasil, a partir do dia 2 de janeiro de 2007, de modo centrado e detalhista, fazendo com que o telespectador compreenda não só a importância da tevê no contexto nacional, mas também a imensa mudança que ocorrerá com a chegada da TV digital.

A locutora dá ênfase, além das características principais da TV digital, ao fato da nova tecnologia chegar “acompanhada de algumas dúvidas”, que são decorrentes da falta de divulgação necessária à população. Esse tema já se torna preponderante na enunciação do programa, já que foi colocado em destaque pelo sujeito-destinador e pelo primeiro actante delegado por ele. Sendo assim, o vídeo exhibe falas curtas de dois transeuntes, onde ambos falam que, segundo suas informações, haveria uma melhora na qualidade da imagem com a TV digital.

Mais adiante, no mesmo vídeo, a locutora volta a destacar as “dúvidas”, dessa vez acompanhada pelos “temores” que a chegada da TV digital trazem, como o destino dos aparelhos; o necessário para se ter o sinal digital; e os valores dessa troca de sinal. O vídeo vai às ruas novamente e ouve opiniões de três transeuntes – dentre esses, dois que

---

<sup>8</sup> A transcrição do vídeo está anexada ao final do trabalho.



já apareceram anteriormente -. Apesar da locutora apontar três dúvidas, os três transeuntes posicionam-se apenas contra os valores dos equipamentos da TV digital. Seja por falta de dinheiro ou por ter outras prioridades financeiras, os transeuntes transmitem a idéia de que a TV digital chega para um público já específico: as pessoas com uma boa renda mensal.

Assim que o vídeo termina, o sujeito-destinador apropria-se da temática dos custos da TV digital e interroga os seus sujeitos operadores sobre o público que usufruirá a nova tecnologia. O apresentador mostra preocupação e sai em defesa de uma boa parte da população que não pode pagar muito caro para ter o sinal digital. Dessa forma, ao invés de começar com os aspectos técnicos, já lança perguntas direcionadas ao valor da tecnologia: toda essa mudança “é para a elite?”. “É pra quem tem dinheiro a TV digital?”

Fazendo uso do tema utilizado no vídeo, o apresentador atua também como destinador-manipulador, já que age em conjunto com o vídeo feito pela sua equipe no intuito, ou pelo menos na tentativa, de levar o enunciário a crer que a recorrência de temas nas duas falas expressam pontos importantes na discussão<sup>9</sup>. O telespectador precisa saber se a TV digital estará ou não acessível a ele. E esse é o papel do programa enquanto representante da sociedade na discussão ali exposta.

## 2.2 – O segundo vídeo

No meio da discussão entre os convidados do programa, o apresentador chama uma outra reportagem realizada pela equipe de produção e indica que o seu foco é esclarecer as “dúvidas” e “preocupações” dos cidadãos, tais como o questionamento de quando comprar um aparelho de televisão para receber o sinal digital. E aí já podemos perceber uma isotopia temática da dúvida, já que os vídeos e os questionamentos alçados pelo sujeito-destinador, desde o primeiro vídeo, estão se pautando constantemente nas “dúvidas” quanto à implementação da TV digital, tornando recorrentes palavras como “dúvida” e “preocupação”.

A locutora do vídeo, actante delegado pelo apresentador, fala da elegância e do status das TVs de plasma e LCD e de como elas estão vendendo bem, só que admite que o preço é “bem caro”. Esse posicionamento da locutora vem na mesma linha

---

<sup>9</sup> “O fazer persuasivo é o recurso que leva, no discurso e pelo discurso, à realização do fazer manipulador” (SOBRAL, 2005, p. 130).



argumentativa do vídeo anterior, onde é ressaltada a questão dos custos da televisão, mesmo que dessa vez ela esteja falando da tevê analógica, e não digital. De qualquer forma, mais uma isotopia temática aparece, agora a dos “custos”, de modo a nortear o discurso do destinador-manipulador, na instância enunciativa, e do enunciador, na instância comunicativa. Essa isotopia é exemplificada nas palavras “custar”, “comprar”, “preço”, “comprado”.

No decorrer do vídeo, que conta com o depoimento de duas vozes legitimadas, da PUC e da UnB, prevalece o tom didático do locutor, atestando que vários consumidores estão enganados ao pensarem que os novos aparelhos de televisão já recebem o sinal digital.

Percebe-se que a recorrência de temas, como o da “dúvida” e o do “custo”, presentes nos dois primeiros vídeos exibidos pelo programa, aliado aos posicionamentos do próprio apresentador, explicitam um posicionamento e, ao mesmo tempo, uma preocupação do destinador-manipulador em tornar público e de fácil entendimento os temas que ele identifica como os mais importantes para os telespectadores, que são seus enunciatários.

### **2.3 – O terceiro vídeo**

O segundo bloco do programa tem início, e logo o apresentador afirma que o programa foi “mais uma vez às ruas” para ouvir outras “dúvidas” dos telespectadores, apenas reforçando a isotopia temática dos dois vídeos anteriores. No vídeo, há três depoimentos de transeuntes, intermediado por um repórter, com dúvidas sobre a nova tecnologia digital.

As dúvidas expostas por dois dos três entrevistados vêm ao encontro dos questionamentos levantados pelo apresentador logo no início do programa, quando ainda explicava a temática que seria discutida no dia. Ou seja, alguns dos principais pontos a serem discutidos, segundo o apresentador, são reiterados – e, de certa forma, legitimados – de maneira direta pelos transeuntes, já que as dúvidas desses actantes condizem exatamente com as dúvidas do sujeito-destinador, que é quem tem o poder de delegar voz a eles.

O apresentador expôs os seguintes levantamentos: “quem terá acesso a ela?” (à TV digital), “haverá uma nova programação?” e “como se dará a tão anunciada interatividade?”. Enquanto que as dúvidas dos transeuntes foram: “vai ter mais canais



ou melhorar a programação ou não significa nada disso?” e “como vai ser a interatividade dessa TV e como vai ser acessível, como a gente vai ter acesso a isso?”. As temáticas do acesso à TV digital, de uma nova programação e da interatividade são estritamente repetidas pelos entrevistados.

Fica claro que há uma relação entre os questionamentos do primeiro bloco, feito pelo apresentador, e as dúvidas dos entrevistados, de forma a explicitar as ações do destinador-manipulador, sempre com o intuito de estabelecer um fazer-crer ao seu enunciatário, ou seja, de mostrar que ele sabe o que está falando, tanto é verdade que ele possui as mesmas dúvidas da população que o programa encontrou nas ruas.

Na discussão posterior ao vídeo, quando um convidado aborda a temática do conteúdo na televisão digital, o apresentador insere uma fala que torna explícito o seu posicionamento contrário aos conteúdos veiculados pela televisão atual, preocupando-se com um possível reflexo na TV digital. Assim, o sujeito-destinador estabelece um contraponto entre a qualidade da tecnologia e a pobreza do conteúdo, perguntando se surgiria uma televisão de alta definição com “conteúdos sofríveis”, o que ainda é reiterado nas palavras “abomina”, “constrangedoras” e “chocar”. Tal recorrência permite a identificação de uma isotopia na fala do apresentador, a isotopia temática do descrédito. Para ele, mesmo com todo o avanço, a televisão continuará fraca em termos de conteúdo.

Tal recorrência é utilizada pelo sujeito-destinador para fazer uso de uma manipulação<sup>10</sup>, por meio de uma provocação, aos seus sujeitos operadores, de modo que ele apenas potencializa um levantamento já feito por um convidado para inserir e deixar claro, de maneira direta, o seu posicionamento com relação à temática do conteúdo televisivo.

#### **2.4 – O quarto vídeo**

Em meio à discussão sobre conteúdo e multiprogramação, o sujeito-destinador interrompe a mesma e delega voz a um vídeo, explicando que o programa perguntou ao jornalista Gustavo Gindre, do Coletivo Intervozes, se ele acreditava que haveria novidades na programação. E o actante delegado, em sua fala, adota um tom irônico quando diz: “o que a gente terá é a atual televisão, a mesma programação, a mesma

---

<sup>10</sup> Sendo uma das fases de uma narrativa complexa, a manipulação acontece quando “um sujeito age sobre outro para levá-lo a querer e/ou dever fazer alguma coisa” (FIORIN, 2005, p. 29-30).



qualidade maravilhosa que o telespectador adora assistir nas tardes de domingo, por exemplo, só que com alta definição”.

O actante é irônico ao falar da “maravilhosa” qualidade das tardes de domingo, brincando ainda com o fato do telespectador “adorá-la”. Essa fala vem ao encontro do posicionamento antes explicitado pelo apresentador, de que o mesmo conteúdo “sofrível” da televisão atual continuará. Ou seja, o sujeito-destinador delega voz ao actante, e esse apenas reitera o que o primeiro já havia dito.

É possível identificar uma linha discursiva de intensa crítica à implementação da TV digital por parte dos entrevistados nos vídeos e do apresentador, o que explicita as marcas, mais uma vez, do destinador-manipulador, já que a construção narrativa aí presente é ordenada pelo apresentador e sua equipe, justamente os constituintes do destinador-manipulador. Juntos, eles operam deixando marcas constantes dos seus posicionamentos extensivamente, de maneira que o telespectador não as percebam como uma opinião apenas do apresentador, e sim do programa.

## **2.5 – O quinto vídeo**

Assim que o terceiro bloco tem início, o apresentador chama mais um vídeo para dar prosseguimento à discussão, dessa vez com uma fala do ministro das Comunicações, Hélio Costa, durante uma entrevista coletiva. E a temática da fala é, mais uma vez, a questão dos custos que terão os cidadãos para a implementação da TV digital.

O ministro mantém uma fala bem informal, inclusive aconselhando os cidadãos a ainda não comprarem os conversores para a recepção do sinal digital, pois os mesmos encontram-se muito caros, o que, segundo Hélio Costa, deve ser explicado pelo fato de ter “parafusos de ouro” ou de “platina”. Com isso, o ministro afirma que o preço do produto cairá, e pede apenas mais um pouco de paciência aos cidadãos.

O que prepondera no vídeo é a volta à temática dos custos, que já havia aparecido de maneira recorrente no primeiro e no segundo vídeo. Tal fato demonstra uma isotopia temática que delineia uma linha argumentativa imposta pelas escolhas dos vídeos na estruturação do programa. O tema é importante, logo ganha espaço em diversos momentos da discussão.

## **2.6 – O sexto e o sétimo vídeos**



O apresentador, após um breve debate que sucedeu o vídeo do ministro Hélio Costa, delega voz ao engenheiro Roberto Franco, do Fórum Nacional de TV Digital, que toca no assunto do modelo de negócios da TV digital, onde exalta as potencialidades da nova tecnologia. Para ele, o público sairá ganhando em vários sentidos, já que haverá crescimento na qualidade dos programas, de modo que o telespectador se sentirá tão confortável quanto em um cinema, só que sem sair de casa. Também haverá interação e o modelo de negócios será maximizado, ampliado. Assim, o actante delegado dota o sujeito narrativo “TV digital” de um saber-fazer e de um poder-fazer melhorias sem fim aos seus telespectadores.

O posicionamento do engenheiro é oposto do já discutido na cena narrativa do programa. O sujeito-destinador e seus sujeitos operadores já tinham chegado a uma espécie de consenso de que haveria uma crise de conteúdo na TV digital, fato que foi explicitado pela relação inversamente proporcional, feita pelo apresentador, da qualidade da imagem com a qualidade dos conteúdos.

Sem abrir espaço para o debate, o sujeito-destinador imediatamente identifica o vídeo recém apresentado como diferente do próximo a ser exibido, o do professor César Bolaño, da Universidade Federal de Sergipe, que lançou um livro sobre a televisão brasileira na era digital, e delega voz a esse actante.

No vídeo, o professor tem uma posição oposta a do engenheiro do vídeo anterior, já que ele vê a escolha de oferecer toda a abertura do espectro da televisão digital aos atuais operadores como prejudicial, ou seja, não haverá a entrada de novos atores, de programação regional etc. Os atuais operadores só se preocuparão com a chamada alta definição, e não com a programação, com o conteúdo.

Nessa opinião do professor César Bolaños, o sujeito narrativo “TV digital” não possui o querer-fazer da abertura a novos atores, a novos canais etc. O poder-fazer e o saber-fazer ela tem, mas não pretende colocar em prática, sobrando aos telespectadores apenas alta qualidade da imagem.

O apresentador acabou de ouvir duas posições contrárias. Porém, ao resolver comentar apenas uma, a última, deixa claro que é ela que está de acordo com o seu posicionamento – o de que a programação não trará novos atores, nem diversidade -, tanto que pretende ouvir a opinião dos seus convidados e dar prosseguimento aos pontos levantados apenas pelo professor. A comprovação desse fato é a fala do sujeito-destinador aos seus sujeitos operadores: “pra evitar isso que o César falou...”. Ou seja, o





depoimento contrário do engenheiro Roberto Franco não resolve esse problema, apesar de ter defendido que a televisão digital proporcionará vários ganhos à população.

Por fim, ao ser citada a denominação “operador de rede”, por um de seus sujeitos operadores, o sujeito-destinador, percebendo a complexidade do termo, preocupa-se em solicitar uma explicação do mesmo “pro telespectador entender”. É mais um exemplo do modo didático com que o apresentador trata o telespectador, que pode, certamente, não fazer idéias do que o termo “operador de rede” significa.

É nítido o foco do programa em esclarecer a população que procura programas em televisões públicas justamente na tentativa de obter informações que não são fáceis de serem encontradas nas televisões comerciais. Por isso toda essa preocupação em sempre esclarecer ao máximo o enunciário do programa

### **3. Considerações finais**

A análise do programa, por meio do instrumental teórico do percurso gerativo do sentido, possibilitou a identificação de características essenciais para o entendimento da estrutura do Ver TV, tanto nas escolhas dos vídeos e nos modos de tratar o telespectador quanto nos posicionamentos do apresentador perante os seus convidados.

Pode-se perceber, em diferentes momentos do programa, o uso de um tom didático de transmissão da informação, tanto por parte do apresentador quanto dos locutores e dos convidados dos vídeos expostos. É nítido que há uma preocupação com o entendimento do telespectador, principalmente quando são tratados assuntos mais técnicos e delicados. O objetivo é levar a discussão ao receptor, de maneira que esse possa ficar entendido sobre o tema.

As marcas do destinador-manipulador, que vem da coerência e recorrência de posicionamentos entre o apresentador e sua equipe de profissionais, profissionais esses responsáveis pela produção dos vídeos, marcam o discurso do programa como um todo. A relação entre o sujeito-destinador e as vozes por ele delegadas, através dos vídeos, moldam uma linha de pensamento que explicitam os pontos principais da discussão. E esses pontos são transmitidos pelo destinador-manipulador, no nível enunciativo, e pelo enunciativo, no nível comunicativo.

Entre os exemplos dessa relação, do apresentador com os vídeos, estão os três questionamentos feitos logo no início do programa pelo sujeito-destinador, quando aponta algumas questões envolvendo o acesso, a programação e a interatividade como



sendo essenciais para a discussão da TV digital. Esses mesmos três pontos principais são reiterados no terceiro vídeo pelas falas de dois dos três transeuntes, identificadas como as “dúvidas dos telespectadores”. Ou seja, as dúvidas dos telespectadores também são as dúvidas do apresentador, mostrando mais uma vez, além da relação harmoniosa entre o sujeito-destinador e seus actantes delegados, a preocupação do programa com o seu público, que é maior do que as preocupações que o mesmo poderia ter devido a fazer parte de uma grade televisiva e sofrer diretamente os efeitos da tecnologia digital.

As isotopias temáticas, principalmente a da “dúvida” e dos “custos” com relação à implementação da TV digital, estão presentes nos cinco primeiros vídeos exibidos. A da “dúvida” no primeiro, no segundo e no terceiro vídeo, e a dos “custos” no primeiro, no segundo e no quinto vídeo. Com essa ocorrência, essas isotopias ganham um espaço muito grande no discurso do programa, transformando-se em temáticas essenciais para o desenvolvimento da discussão e, conseqüentemente, para o “entendimento” do telespectador, já que esse último, nem que seja por meio da repetição, perceberá a importância desses assuntos quando se trata da nova tecnologia digital.

Também percebemos as marcas do destinador-manipulador na relação direta com os posicionamentos presentes nos vídeos, como é o caso da discussão sobre o conteúdo na televisão digital, temática levantada por um sujeito operador. O sujeito-destinador, ao ouvir a temática, já expressa sua opinião estabelecendo oposições valorativas como “alta definição”/“conteúdo sofrível” e “melhor qualidade”/“cenas constrangedoras”. Após isso, o apresentador delega voz ao quarto vídeo, onde são exibidas algumas ironias referentes à qualidade da programação (conteúdo) e ao gosto da população, indo exatamente ao encontro do posicionamento do sujeito-destinador anteriormente citado.

Por fim, após a exibição em seqüência dos dois últimos vídeos, os quais apresentaram posições estritamente opostas, o sujeito-destinador interpela os seus sujeitos operadores apenas quanto ao último vídeo. A atitude pode ser explicada pelo fato do sujeito-destinador ter um posicionamento condizente ao do último vídeo, fazendo com que nem tocasse no assunto abordado pelo penúltimo.

O apresentador tem a preocupação de esclarecer a população com relação ao tema proposto, o que conseqüentemente o faz deixar de lado temáticas referentes ao modelo de negócios, pois essa interessaria apenas aos empresários do setor, e não à maioria da população.



Com todas essas explicações, percebemos que a relação entre o apresentador e sua equipe, constituindo as ações do destinador-manipulador, são o ponto-chave para um melhor entendimento do programa Ver TV. E que, por meio do instrumental teórico que o percurso gerativo do sentido propicia, podemos identificar as marcas, nem sempre explícitas, que constituem uma linha de posicionamento por parte do programa, tanto na instância enunciativa quanto na comunicativa.

### **Referências bibliográficas**

BARROS, D. L. P. de. **Teoria Semiótica do Texto**. 4ª ed. São Paulo: Ática, 2002.

FIORIN, J. L. **Elementos de análise do discurso**. 13ª ed. São Paulo: Contexto, 2005.

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. Trad. Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Cultrix, 1983.

SOBRAL, A. U. A relação entre enunciador e enunciatário num discurso de Plínio Salgado. In: LOPES, I. C.; HERNANDES, N. (Orgs). **Semiótica: Objetos e práticas**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.



## Anexos

### Vídeo 1

**Locutora:** 2 de dezembro de 2007, um dia que certamente ficará na história da comunicação brasileira. Esta foi a data escolhida para o ingresso das emissoras de TV do país na era da tecnologia digital. As primeiras transmissões começam pela região metropolitana de São Paulo, depois será a vez do Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, até chegar a todas as capitais. A previsão é de que, em 2016, as outras cidades brasileiras já estejam transmitindo pelo sistema de TV de alta resolução. O início dos serviços da televisão digital chega acompanhado de algumas dúvidas provocadas pela pouca divulgação sobre o que realmente significa essa mudança. A expectativa das pessoas é quanto a qualidade das imagens. Algumas arriscam um palpite:

**Transeunte 1:** pelo que eu entendi, vai aumentar a qualidade da imagem...dos programas.

**Transeunte 2:** ouvi dizer que vai ter uma qualidade melhor, não é, de imagem, de som.

**Locutora:** Os dados técnicos divulgado pelo ministério das comunicações mostram que a TV digital é muito diferente do sistema analógico hoje usado no Brasil. A TV está presente em 90% das residências de todo o país. Chega pela TV chamada aberta, como Record, Globo, SBT, Bandeirantes e outras redes de menor porte. Algumas diferenças entre sistemas analógico e digital poderão ser observadas pelo telespectador na hora de ligar o aparelho de TV. Entre elas estão imagens de melhor qualidade, a possibilidade de interagir com as emissoras, como fazer compras, votar, determinar o horário que deseja assistir determinado programa, telefonar. Mas essa interação será tímida no começo, devendo aumentar junto com o ritmo de importação do sistema digital. Entre as dúvidas e temores provocados pela chegada da TV Digital também estão o destino do aparelho que as pessoas têm hoje em casa, se as novas TVs vão sair de fábrica prontas para captar as imagens digitais e o custo da nova tecnologia para ao cidadão.

**Transeunte 3:** tinha que trazer a TV digital para o nosso país e já, junto com a TV, dar o conversor.

**Transeunte 4 (1):** tem muita gente que passa dificuldade (corte) nem todo mundo tem dinheiro pra isso não.

**Transeunte 5 (2):** um investimento ótimo pra quem tem dinheiro pra gastar com isso, né.

### Fim do vídeo

### Vídeo 2

**Locutor:** Elas são o objeto de desejo do momento, são de plasma ou LCD. Finas, elegantes, caem bem na decoração de qualquer sala e dão status ao proprietário. Isso tudo, claro, tem um preço, bem caro, por sinal, mas como estão vendendo.

**Repórter:** No primeiro semestre do ano passado foram vendidos 70.000 aparelhos só do tipo LCD. Este ano, no mesmo período, foram vendidos 260.000, quase 4 vezes mais. Só que muita gente tem comprado aparelhos de plasma e LCD acreditando que eles estejam preparados para receber o sinal da TV digital. Eles estão enganados.

**Marcelo Moreno** (Laboratório Telemídias – PUC): As tevês que são vendidas hoje, elas não têm o receptor para a TV digital. Isso quer dizer que, mesmo comprando essas tevês de hoje, você vai ter que comprar também um conversor, um receptor de TV digital pra ligar nessa TV.



**Locutor:** Esses aí são tipos de aparelhos que poderão ser usados na recepção do sinal. A TV digital tem 1.080 linhas, as analógicas, 480. Quando as transmissões digitais começarem, será preciso que aparelhos assim ajustem o sinal para, digamos, caber nos aparelhos analógicos. Devem custar, segundo estimativas, entre 150 e 900 reais.

**Paulo Gondim** (Prof. Depto. Engenharia Elétrica da UnB): Sabe-se que o governo tem procurado reduzir as alíquotas de imposto de forma a possibilitar que esse “set top box” chegue ao consumidor final a um preço mais acessível possível.

**Fim do vídeo**

### Vídeo 3

**Transeunte 1:** Eu gostaria de saber as novas qualidades que eles vão mandar pra gente, e o que a TV digital vai trazer a mais que a TV convencional, que nós temos agora.

**Repórter:** O que você gostaria de saber sobre TV digital?

**Transeunte 2:** Vai ter mais canais ou melhorar a programação ou não significa nada disso?

**Repórter:** Você quer saber como vai funcionar a interatividade, é isso?

**Transeunte 3:** Isso. Como vai ser a interatividade dessa TV e como vai ser acessível, como a gente vai ter acesso a isso?

**Fim do vídeo**

### Vídeo 4

**Gustavo Gindre:** Infelizmente, da forma como o governo está conduzindo a discussão, o que a gente terá é a atual televisão, a mesma programação, a mesma qualidade maravilhosa que o telespectador adora assistir nas tardes de domingo, por exemplo, só que com alta definição, pra quem puder pagar pra ter uma tela de melhor qualidade. Ou seja, não muda quase nada.

**Repórter:** Então, diante desse cenário, você acredita que o sistema vai garantir maior inclusão social?

**Gustavo Gindre:** Poderia. Se você disponibiliza esses serviços que hoje estão acessíveis apenas na internet, tipo telemedicina, governo eletrônico, educação à distância, uma educação individualizada, porque é interativa, com certeza você usaria a televisão pra promover inclusão social. Porque, hoje, 20% dos brasileiros têm acesso a um computador, enquanto 95% da população brasileira têm uma televisão em casa. Nós permitiríamos um enorme processo de inclusão social. Infelizmente, não foi essa a decisão tomada, porque a decisão acabou privilegiando apenas os interesses dos radiodifusores.

**Fim do vídeo**

### Vídeo 5

**Hélio Costa:** ...que eu tenho visto os maiores disparates, inclusive hoje tem um que, possivelmente, eu até nem aconselho comprar, porque eu nem sei se vai funcionar, porque ele deve fazer contato com marte, deve fazer contato com algum planeta. Deve ser como se fossem extraterrestres, porque o custo é 1.090 reais. Então, eles devem ter feito uma caixinha que tem alguns parafusos de ouro, alguma coisa de platina, pra poder custar 1.090 reais. Eu gostaria de deixar bem claro que a nossa pretensão de fazer chegar ao mercado uma caixa conversora popular, a preços populares, ela continua. Nós estamos posicionando o presidente da república, dando ao presidente todas as



informações necessárias para que ele tome uma decisão nas próximas semanas com respeito às medidas que serão adotadas para baixar o preço da caixinha conversora. Então, por mais que eu queira ver a TV digital funcionando a partir do dia 2, eu diria que as pessoas de classe média, os trabalhadores que não podem gastar 1.099 reais de uma vez, que esperem um pouquinho, porque o preço vai cair.

**Fim do vídeo**

#### **Vídeo 6**

**Roberto Franco:** Todas as barreiras, todas as limitações que a tecnologia analógica oferecia ao modelo de negócios, a TV digital elimina. Ou seja, a tecnologia deixa de ser um limite, para que se faça uma oferta plena do modelo de negócio, que é ofertar entretenimento, ofertar informação, na forma de conteúdo eletrônico, para uma população de um ponto pra 'n' pontos sem nenhuma cobrança pelo serviço, e sendo financiada pelo modelo publicitário, ou sendo financiada por outros mecanismos, tais quais o da TV pública e o da TV estatal. Esse modelo vai ser mantido, e ele vai ser maximizado no momento em que a tecnologia é uma ferramenta muito mais poderosa, que vai permitir, aos criadores de conteúdo, oferecer conteúdo muito mais envolventes, que toquem o telespectador de uma maneira muito mais intensa, ou seja, que o satisfaça de maneira mais plena, que o faça se sentir tão envolvido quanto ele vai no cinema, sem sair de casa, sem pagar nada por isso. Que possa interagir com o seu programa predileto, como faz hoje através de cartas, através do GSM, através do telefone, através da internet, também pelo seu controle remoto numa experiência muito mais integrada e com muito mais potencial. Ou seja, o modelo de negócio não está alterado. Ele está maximizado, ele está ampliado, ele está estendido.

**Fim do vídeo**

#### **Vídeo 7**

**César Bolaño:** Se toda a abertura de espectro que vai haver fosse utilizada pra se ampliar o número de canais e o número de ofertantes. Ou seja, se houvesse a entrada de novos atores na televisão, atores independentes, programação regional...isso daí, evidentemente, seria uma democratização. Além, inclusive, da televisão digital, você poderia ter outro tipo de conteúdo que passasse na plataforma digital...acesso à internet, quer dizer, uma série de coisas que poderiam ser ofertadas. O problema é que essa opção, ela vai ser muito limitada a partir da escolha que foi feita pelo Brasil, de oferecer toda a abertura do espectro para os atuais operadores. E os atuais operadores vão utilizar essa abertura não pra oferecer novas programações, mas, basicamente, pra oferecer aquilo que se chama de alta definição. Alta definição que pode ser aproveitado por quem tiver condições de adquirir um aparelho de alta qualidade grande.

**Fim do vídeo**