

## Folha de São Paulo

*Ilustrada - Cultura*

### Secretário do MinC critica texto atual do Procultura

Debate no MIS reuniu representantes da área

DE SÃO PAULO

Dilemas envolvendo a reforma da Lei Rouanet e as alternativas de financiamento para a cultura foram o centro do debate promovido pela Folha anteontem, no MIS.

O secretário de Fomento e Incentivo à Cultura do MinC, Henilton Menezes, insistiu na necessidade de rever a Lei atual, mas criticou o texto do Procultura -projeto que tramita no Congresso para substituir a Lei Rouanet. Diferentemente dela, o Procultura prevê percentuais de captação definidos de acordo com o retorno para a sociedade.

Menezes dividiu a mesa com o dramaturgo Léo Lama, com o consultor de políticas culturais Leonardo Brant e com André Sturm, que assumirá a diretoria do MIS.

Sturm sugeriu o incentivo ao consumo cultural e não apenas à produção. Brant apontou a necessidade de expandir a infraestrutura cultural do Estado e de combater os grandes conglomerados. Lama descreveu um sistema cultural marcado pela corrupção e pela falta de critérios artísticos.

## O Globo

*O País - ECAD*

### Cultura planeja instituição para fiscalizar o Ecad

Vinculada ao ministério, entidade também deverá unificar o registro das obras e erguer escola de ensino superior  
Cristina Tardáguila

O coordenador-geral de Regulação em Direitos Autorais do Ministério da Cultura (MinC), Cristiano Lopes, anunciou ontem que o governo pretende criar uma instituição para regular e fiscalizar a arrecadação e a distribuição dos direitos autorais no Brasil.

A entidade, cujo nome, composição e orçamento ainda não foram definidos, também acumulará as funções de unificar o registro das obras, mediar todas as disputas relativas aos direitos autorais no país e ainda erguer uma escola superior de ensino voltada exclusivamente para o assunto.

Lopes participou da audiência pública realizada ontem sobre o tema na Comissão de Educação e Cultura da Câmara.

No encontro, foi debatida a série de irregularidades apresentada no último mês pelo GLOBO em torno da gestão do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad). O órgão, que recolhe e paga os direitos autorais de todos os músicos do país e que, só no ano passado,



movimentou R\$ 433 milhões, transformou deficit em superavit em 2004 e trocou a empresa que o auditava em 2009 no meio do trabalho, entre outros casos de descontrole administrativo.

Em entrevista por telefone, Lopes destacou que a ideia de supervisionar as entidades que trabalham sob o regime de gestao coletiva unificada - como e o caso do Ecad - esta "mais do que aceita" dentro do ministerio.

- A gestao coletiva unificada, em que todas as associacoes de autor se relacionam com um unico ente arrecadador, e um modelo consolidado.

E ficou claro que e preciso haver uma supervisao desses entes, uma regulamentacao de seu funcionamento.

Registro unificado guiara investimentos em cultura

A nova instituicao, acrescentou ele, sera vinculada ao MinC e e uma resposta a politica de governo e de Estado que ja preveem a universalizacao do acesso aos direitos publicos.

- Atraves dessa nova instituicao, sera mais facil e seguro, por exemplo, saber que obras ja estao em dominio publico - disse o coordenador. - Fora isso, a base de dados que surgira da unificacao do registro das obras podera ser usada como fonte de dados para pesquisas que busque saber onde e preciso haver um maior investimento em cultura.

Lopes ressalta, no entanto, que a unificacao do registro nao significara o desmantelamento do que existe atualmente.

A ideia e fazer a migracao dos dados ou a conexao das partes que os administram com essa nova instituicao.

A escola de ensino superior devera promover cursos e seminarios a semelhanca dos que foram realizados esta semana no auditorio do Superior Tribunal de Justica (STJ) para encerrar a consulta publica promovida pelo MinC em relacao ao novo projeto de Lei de Direito Autoral.

Ao se declarar favoravel a fiscalizacao e regulamentacao do Ecad por um orgao estatal, o MinC adota uma postura diferente da defendida pela ministra Ana de Hollanda no inicio de sua gestao.

Logo que assumiu a pasta, Ana afirmou em diversas ocasioes que nao via nenhuma possibilidade de submeter o Ecad ao ministerio.

## O Globo

*Digital & Mídia - Eletroeletrônicos*

### Tablets e inovação no Brasil

Bruno Magrani • Mestre por Harvard e pesquisador do Centro de Tecnologia e Sociedade da FGV  
COLUNISTA CONVIDADO

A notícia sobre a construção de uma fábrica chinesa de tablets no Brasil e a isenção de impostos para os aparelhos produzidos no país deixou muitos entusiasmados com a possibilidade de redução dos preços dos produtos.



Apesar disso, talvez o mais importante neste anúncio seja a eventual esperança que a fábrica materialize no país dois modelos de inovação e desenvolvimento que o Brasil almeja: o do Vale do Silício e o chinês.

O modelo de inovação tecnológica no Vale do Silício baseia-se em dois grandes pilares: altos investimentos governamentais em pesquisa e inovação e formação de mão de obra qualificada.

A região desenvolveu-se em torno da Universidade de Stanford, pois a presença de pesquisa de ponta e abundância de mão de obra — fatores fundamentais para o aperfeiçoamento das tecnologias e a futura expansão dos startups — são peças-chave deste modelo.

No outro extremo, William Alford, de Harvard, na obra “Roubar um livro é uma ofensa elegante” (cujo título é a tradução de um ditado chinês) explica como o conceito de propriedade intelectual é estranho à cultura chinesa. Esta cultura de permissão da imitação tem sido apontada como o importante fator do desenvolvimento tecnológico no país.

O acordo feito pelo Brasil, que requer transferência de tecnologia de produção e investimento em pesquisa e desenvolvimento em troca da isenção fiscal, acerta por incentivar o desenvolvimento e inovação local. Contudo, é ingênuo achar que o modelo representado na fábrica pode indicar o início de um processo de desenvolvimento tecnológico semelhante ao chinês e ao americano. Se não se pode contar nem com a estratégia de imitação que possibilitou o crescimento chinês — pois os tratados de propriedade intelectual não o permitiriam —, e esperar de mãos atadas que o governo amplie os investimentos em pesquisa nas faculdades não é uma opção, deve-se experimentar com novos modelos que permitam pular etapas do desenvolvimento.

Uma opção é a pesquisa em inovação pelo usuário feita por Eric von Hippel, do MIT. Ele identificou que grande parte da inovação realizada em diversas indústrias, desde software até equipamentos esportivos, é desenvolvida pelos usuários finais e não pelos laboratórios de pesquisa. A inovação focada no usuário implicaria a revisão das leis de propriedade intelectual, mas em contrapartida possibilitaria uma democratização do aprendizado tecnológico e da inovação sem precedentes.

## Correio Braziliense

*Coluna Brasil S/A - Eletroeletrônicos*

### iPad da periferia

Brasil S/A

Do clone do Mac ao iPad, país está a passos de ter outra chance no desenvolvimento tecnológico

Por Antonio Machado

machado@cidadebiz.com.br

Se o “Mac da periferia”, como ficou conhecido o clone nacional do Macintosh lançado em 1985, teve vida curta, devido às pressões dos EUA e da Apple, os brasileiros estão a passos de terem uma segunda chance para fabricar os engenhos da empresa de Steve Jobs — um dos ícones da indústria de informática e da tecnologia da informação.

As novidades que estão para chegar são primas distantes do velho Mac nacional, desenvolvido por engenharia reversa por uma empresa minúscula que nem mais existe, a Unitron, localizada



num bairro de São Paulo à época afastado, vindo daí a alusão à periferia. Foi um tempo heróico, em que havia reserva de mercado para a produção de computador no país e a formação de tecnologia nativa para o que se pressentia seria o grande motor do desenvolvimento futuro.

A intuição estava correta. Os meios, não. O protecionismo atrasou a assimilação dos recursos da tecnologia da informação (TI) quando irrompia nos EUA a revolução da internet, já que implantado sem meias-medidas. Mas o desejo da criação de expertise brasileira nas áreas de fronteira da tecnologia e da inovação nunca cessou.

Ele está de volta — sem os vícios do dirigismo de antes —, com a nova versão do chamado Processo Produtivo Básico (PPB), que resume a política industrial para a eletrônica e a TI, lançado na semana passada pelo governo sem alarde. Faltaram visão e sensibilidade.

Se os incentivos previstos para a produção local de computadores e artefatos eletrônicos em geral funcionarem, se a burocracia for neutralizada, e se o capital estrangeiro detentor de tecnologia aceitar a condição de transferir conhecimento ao país para fazer jus à desoneração de impostos e facilidades aduaneiras, o tal PPB será mais relevante para a riqueza nacional que os programas tipo Brasil sem Miséria — o Bolsa Família do governo Dilma Rousseff.

#### Da miséria à riqueza

Ambos aparentemente falam de coisas distintas. Um cuida de atrair fabricantes de produtos hoje importados, responsáveis por deficits anuais que se aproximam da casa dos US\$ 20 bilhões. O outro atende a miséria visível a olho nu. Parecem problemas que não se tocam.

Mas a transformação permanente, nos dois casos, só acontecerá com o suporte da educação. Num caso, a partir da básica — e talvez só da geração receptiva às ações que a exclua do círculo da miséria.

Noutro, de melhoria substantiva da especialização na ponta, mais processos para perenizar a pesquisa autóctone. E prioridade para a tecnologia aplicada ao mercado, o que equaliza as duas situações, já que a educação profissionalizante não distingue status escolar e nível de renda. É pré-requisito a qualquer estágio de inovação.

#### A pressa pela Foxconn

O fortalecimento da indústria de TI e eletrônica de consumo para além da simples montagem de peças, como na Zona Franca de Manaus, há tempos mobiliza o presidente do BNDES, Luciano Coutinho. Com Dilma, mais os ministros do Desenvolvimento, Fernando Pimentel, e da Ciência e Tecnologia, Aloizio Mercadante, o assunto decolou.

O interesse da chinesa de Taiwan Foxconn, montadora terceirizada pela Apple do iPad e iPhone, de investir US\$ 12 bilhões num grande complexo industrial no Brasil, transmitido a Dilma em sua visita a Pequim, apressou as decisões. A Foxconn opera no Brasil, mas, para fazer muito mais, inclusive nacionalizar com autorização da Apple a produção do iPad ainda para este Natal, o chamado custo Brasil teria de ser superado com facilidades tributárias e de logística.

Isso foi feito. A expectativa do governo é que as facilidades vão reduzir até 40% os custos de produção. Agora é com a Foxconn e com as outras empresas que manifestaram interesse nos incentivos, como Samsung, Motorola, Itautec e Positivo. Todas focam o lançamento de tablets, a categoria de computador que define o iPad, por exemplo.

#### Atrativos do mercado

Os benefícios do tal Processo Produtivo Básico valem para outros segmentos, como netbooks e eletrônicos gerais. E o que se exige da empresa incentivada? A nacionalização dos



componentes, segundo uma escala de produção local entre 2011 e 2014. E não só.

Mercadante e Coutinho estão sondando fabricantes de telas, o que envolve um grupo restrito de empresas em apenas quatro países, e de semicondutores — também privilégio de poucos países, 20 ao todo — a virem para cá. Os atrativos excedem os incentivos. O Brasil é o terceiro maior mercado de computador no mundo e dos quatro grandes na produção de televisor, celular e servidor. Tal meta conforma um renascimento industrial. E ainda mais promissor, se houver geração de tecnologia. A educação de qualidade, vê-se, é o grande desafio.

Álibi para não inovar

É preciso distinguir os problemas estruturais e de conjuntura que afetam a produção industrial no Brasil da aposta no revigoramento do desenvolvimento tecnológico. A economia tem sido mais álibi que causa real para o desinteresse, sobretudo das grandes empresas, em investir em inovação, preferindo comprar lá fora o que já existe.

Ainda é cedo para dizer se a cultura pouco propensa ao risco está mudando. Mas jamais se vai descobrir se o governo não catalisar as iniciativas, movendo-se por intenções concretas e que permitam a aferição de resultado — o caso do investimento em inovação no pré-sal, o maior pólo de promoção privada de tecnologia no país, e da idéia de recriar uma indústria de componentes digitais. É por aí.

## Gazeta do Povo - Curitiba

*Economia - Evento*

### Evento discute o futuro da comunicação nas novas mídias

Publicado em 03/06/2011

O seminário “Mídias Móveis – Seminário Internacional de Comunicação 2011 – Master em Jornalismo” ocorre nos dias 13 e 14 de junho, em São Paulo, com a proposta de discutir o cenário atual e futuro do uso dos smartphones e tablets na comunicação sobre quatro eixos temáticos: conteúdo, negócio, tecnologia e comportamento. Entre os palestrantes convidados para o evento estão os jornalistas Pedro Doria (O Globo), Leonardo Attuch e Joaquim Castanheira (Brasil 247 – o primeiro jornal brasileiro para iPad), Guilherme Werneck (Grupo Estado) e Ana Busch (Grupo Folha). O evento tem o apoio da Associação Nacional de Jornais (ANJ) e Associação Paulista de Jornais (APJ). Mas informações, bem como o programa completo e acesso para inscrições, estão disponíveis no hot site <http://www.masteremjornalismo.org.br/master/midias-moveis>

## Convergência Digital

*Terceira Geração - Frequência*

### Governo pode atrelar 2,5 GHz ao 450 MHz para forçar interesse das teles

Internet Móvel 3G - Convergência Digital

:: Ana Paula Lobo e Luiz Queiroz

Cobertura Especial 55º Painel Telebrasil 2011



Como a faixa de 2,5 GHz tem forte interesse das teles, especialistas do ministério das Comunicações cogitam a hipótese de atrelar a aquisição desse espectro ao investimento na área rural, com o uso do 450 MHz, onde não há manifestação clara de interesse das concessionárias. "Há uma dívida histórica do governo e das teles com a área rural e vamos mexer nisso", disse Paulo Bernardo. Melhor uso da faixa, assegurou ainda o ministro, precisa ser definido o quanto antes.

O ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, participou nesta quinta-feira, 02/06, do 55º Painel Telebrasil. Na sua apresentação, Bernardo deixou claro que está disposto a negociar com as teles, mas que também cobrará maior interesse delas de atuar em áreas de menor poder econômico.

"Minhas críticas às teles estão mantidas. Mas negociar é sempre necessário para melhorarmos a oferta do serviço. As teles precisam ir além do que elas estão indo. Isso é fato. Não podemos ter tanto brasileiro sem qualquer opção", disse Bernardo aos jornalistas. E foi além. Disse que as operadoras podem, e mais do que isso devem, fazer mais.

"Há um mercadão enorme onde as teles têm obrigação de disputar e não entendo como uma empresa se conforma em oferecer um serviço que atende pouco mais de 20% da população, não é razoável. E vou cobrar muito isso. Mas é fato que há uma outra faixa que teremos de negociar universalização e também vamos fazer isso", completou.

A decisão de atrelar o 2,5 GHz ao 450 MHz acontece depois de as teles não revelarem interesse em terem a faixa de 450 MHz como um 'dividendo digital' pelo novo Plano Geral de Metas de Universalização, aprovado pela Anatel, nesta quinta-feira. "É uma ideia sim. Precisamos ter o serviço na área rural e vamos fazer acontecer", declarou. Do ponto de vista de tecnologia, atrelar o 2,5 GHz ao 450 MHz pode até ser atraente - 2,5 GHz tem capacidade, e 450 MHz, cobertura.

Mas há também pontos críticos, de acordo com as teles. O principal delas: A falta de escala de terminais para a oferta de serviços em 450 MHz, uma vez que a faixa é pouco usada mundialmente. "O custo do aparelho de 450 MHz é muito caro. O plano de negócio não se viabiliza. Se o governo criar políticas de atração para que esses terminais baixem de preço, é possível refazer as contas", afirma Mario Girasole, diretor de Assuntos Regulatórios e de Relações Institucionais da TIM. Acompanhe o trecho sobre o melhor uso de faixa de frequência no Brasil na apresentação do ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, no 55º Painel Telebrasil.

## Folha de São Paulo

*Mercado - Imprensa*

### "NYT" indica 1ª mulher como chefe da Redação

Atual editor-executivo será colunista do jornal

DE NOVA YORK

O "New York Times" anunciou que o editor-executivo do jornal, Bill Keller, 62, deixará o cargo em setembro, oito anos após assumir o posto. Ele vai ser substituído pela jornalista Jill Abramson, 57, que tinha cargo equivalente no Brasil a secretária de Redação. Será a primeira vez que uma mulher terá o posto mais importante da Redação nos 160 anos do jornal.



O diretor da Sucursal de Washington, Dean Baquet, que é negro, substituirá Abramson como secretário de Redação.

Keller, que assumiu o cargo em 2003 em meio à crise da descoberta de que vários textos de Jayson Blair eram plagiados, será colunista do jornal (que está reformulando a seção de opinião) e escreverá na revista do "New York Times".

Segundo o publisher Arthur Sulzberger, a decisão de deixar o cargo foi de Keller. "Ele foi um excelente parceiro. Se o coração e a cabeça dele querem isso, então você tem que apoiá-lo", disse Sulzberger.

## O Estado de S.Paulo

*Opinião - Imprensa*

### Mordaça aprovada na CCJ

03 de junho de 2011 | 0h 00  
O Estado de S.Paulo

A Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) da Câmara dos Deputados decidiu na última terça-feira que é crime divulgar na imprensa informações sobre investigações sigilosas. E o jornalista responsável estará sujeito à pena de dois a quatro anos de prisão. O projeto aprovado pela Comissão, de autoria do deputado Sandro Mabel, vai agora à votação em plenário. E então se saberá até que ponto os nobres deputados foram realmente contaminados pelos efeitos de oito anos de pregação lulopetista contra a liberdade de imprensa, expressa sempre sob a cínica alegação da necessidade de se estabelecer o "controle social" da mídia.

O projeto sancionado pela CCJ é flagrantemente inconstitucional, pois atropela as garantias dadas pela Carta à liberdade de expressão. Além disso, a ideia de tornar o jornalista que divulgue informação protegida em corréu no crime de quebra de sigilo contraria o mais elementar bom senso. Ignora que o jornalista não é responsável pelo sigilo de coisa alguma, a não ser aquele necessário à preservação de suas fontes. O responsável pela divulgação de uma informação sigilosa é o agente público que a libera. Se a publicação dessa informação eventualmente prejudica alguém ou se constitui em calúnia ou difamação, é outra questão, prevista pela legislação civil e penal. O jornalista, afinal, está sempre sujeito a uma ação judicial por parte de quem quer que se considere prejudicado por notícia publicada.

A decisão dos deputados, portanto, não pode ter sido tomada por razões de ordem constitucional ou de justiça, mas sim pelo espírito revanchista de quem considera a imprensa um estorvo. O autor do projeto é um deputado que já se viu envolvido em escândalos denunciados pela imprensa, quando foi acusado pelas CPIs dos Correios e do Mensalão de ter tentado subornar uma colega para que mudasse de partido. Foi absolvido pelo Conselho de Ética da Câmara, mas isso, pelo visto, não lhe basta.

O relator do projeto na CCJ, deputado Maurício Quintella Lessa (PR-AL), em seu parecer denunciou genericamente uma "perigosa relação" entre as autoridades que investigam e os veículos de comunicação de massa e fez considerações óbvias sobre a necessidade do sigilo investigatório: "O sigilo legal tem sua razão de ser pela própria natureza das investigações, no sentido de dar eficácia às ações investigativas até que se forme o convencimento da autoridade". Concluiu lamentando que informações protegidas sejam divulgadas com o intuito de "macular a imagem do investigado". Na justificativa da propositura, o deputado Mabel já



havia desenvolvido essa linha de argumentação: "Pouco adianta para a vida dessas pessoas injustamente condenadas à execração pública que seja possível depois receber indenização pelo dano moral ou à imagem. É preciso impedir o dano injusto antes que ele aconteça e a pessoa inocente tenha sua vida irremediavelmente prejudicada". Um raciocínio que, levado às últimas consequências, resultaria na proibição absoluta de qualquer notícia sobre investigações ou julgamentos criminais até que uma decisão de última instância transitasse em julgado. Pura demagogia, portanto.

A reação foi imediata, nos meios jurídicos e da mídia. Fazendo eco aos protestos, o presidente da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) foi categórico: "O texto é flagrantemente inconstitucional". E explicou que o Supremo Tribunal Federal já deixou claro que o direito à informação, à expressão e ao pensamento se sobrepõe aos direitos à intimidade, à vida privada e à honra, de acordo com os princípios constitucionais. Além disso, "já existe penalização àqueles que divulgarem algo que atinja a honra e a intimidade das outras pessoas". Para o diretor executivo da Associação Nacional de Jornais (ANJ), Ricardo Pedreira, o sigilo de Justiça deve valer apenas para agentes do Estado: "Se a informação chegou ao jornalista, ele não pode ser penalizado por divulgá-la".

Está aberto, como se vê, mais um episódio da campanha de intimidação da imprensa que pode se apresentar sob vários pretextos e títulos, mas só tem um objetivo e um nome: mordça.

## Valor Econômico

*Cultura - Imprensa*

### Os limites da liberdade

Imprensa: Entre o uso de meios escusos para obter informações e pressões para não publicarem o que sabem, jornais ingleses repensam o seu papel.

Célia de Gouvêa Franco | De Londres  
03/06/2011

Um dos poucos temas a competir seriamente com as notícias sobre o casamento do príncipe William pela atenção dos moradores da Grã-Bretanha, nas últimas semanas, parece roteiro de uma novela da televisão, por reunir supostos escândalos sexuais, uso de informação privilegiada, celebridades de todos os matizes e ameaças à liberdade de imprensa, além da discussão sobre o Judiciário e seu poder de censura.

Na verdade, seriam dois roteiros de novela que se entrelaçam e se confundem, um interferindo no outro. Em um deles, repórteres de um jornal espionaram a vida de pessoas célebres no país, por meio de mensagens de celulares, e a polêmica surgida a partir daí chega até Downing Street, a rua onde fica o gabinete do primeiro-ministro britânico. A segunda trama envolve famosos homens de negócios, jogadores de futebol, banqueiros e atores de cinema e de teatro, mas agora em novo papel, o de vilões, na opinião de boa parte da imprensa e mesmo da opinião pública, por terem recorrido à Justiça para que não se publicassem histórias a seu respeito. Em ambos os casos, é intenso o debate sobre os limites da liberdade de imprensa - até que ponto pode um jornalista invadir a privacidade do outro em nome do que seria "interesse público"?

No centro da primeira e mais antiga polêmica estão os jornais populares, habitualmente editados na Grã-Bretanha em formato tabloide (ou seja, com cerca da metade do tamanho padrão dos jornais habituais). E isso não poderia ser diferente em se tratando da imprensa



inglesa - populares, mas também popularescos, esses jornais são provavelmente os melhores exemplos, em qualquer país, de publicação que busca escândalos e histórias sensacionais e sensacionalistas de forma sistemática. Vivem de editar e "vender" esse tipo de informação. Curiosamente, mesmo num mundo cada vez mais digital e ligado na internet, os tabloides continuam sendo muito lidos no Reino Unido, embora não tenham escapado de uma queda nas vendas. Dados de abril mostram que os seis principais tabloides ingleses tiveram, em seu conjunto, uma tiragem média de 6,1 milhões de exemplares no mês. E o principal deles, o famigerado "News of the World", que circula apenas aos domingos e é o protagonista da atual polêmica sobre imprensa, vendeu 2,6 milhões em média em abril, segundo a "PressGazette", publicação que compila essas estatísticas.

Comprovação das denúncias de escuta telefônica põe em risco objetivos de expansão do plano de negócios de Rupert Murdoch

O jornal que desencadeou a atual crise de identidade da imprensa na Grã-Bretanha foi exatamente o "News of the Word", controlado por Rupert Murdoch, o magnata da mídia que acaba de completar 80 anos. Desde 2005 pelo menos, o jornal acessou ilegalmente mensagens de dezenas e talvez mesmo de centenas de celulares e usou as informações conseguidas dessa forma em matérias jornalísticas, na maioria dos casos envolvendo pessoas muito conhecidas no país, como John Prescott, o ex-vice-primeiro ministro no mais recente governo trabalhista, e a atriz Sienna Miller.

Depois de não levar em consideração dúzias de reclamações de escuta ilegal de telefones, inclusive de autoridades como Prescott, que chegou a ser cotado para ser primeiro-ministro, a Scotland Yard prendeu em abril jornalistas do "News of The Word", porque uma nova investigação comprovou as denúncias. Pego em flagrante delito pela polícia, o jornal passou, então, a oferecer compensações para os alvos da escuta ilegal - US\$ 100 mil para a atriz Sienna Miller, por exemplo. Advogados dos denunciantes dizem que o número de pessoas envolvidas de alguma forma na "espionagem" telefônica é muito maior do que o conhecido e que o pagamento de indenizações poderia chegar a algo entre US\$ 150 milhões e US\$ 250 milhões. Fontes da News Corp. disseram à revista "Vanity Fair" que esperam que o total a ser pago aos litigantes fique na casa dos US\$ 30 milhões, no máximo.

O escândalo acabou envolvendo o próprio escritório do primeiro-ministro britânico, David Cameron. Em janeiro, seu porta-voz, Andy Coulson, pediu demissão diante do furor causado pelas alegações de que ele sabia que os repórteres do "News of the World" estavam acessando conversas e mensagens telefônicas de forma ilegal quando ele era editor-chefe do jornal.

Também ficaram abaladas as pretensões de Rupert Murdoch de aumentar seu império de comunicações na Grã-Bretanha. No ano passado, a News Corp., dona de quatro dos maiores jornais do Reino Unido (inclusive o tradicional "The Times"), ofereceu o equivalente a US\$ 12,1 bilhões pela participação, que ainda não detém, de 61% na BSkyB, a maior companhia de TV por assinatura da Grã-Bretanha. Com a controvérsia surgida pela escuta ilegal de telefones, que envolveu executivos da estrita confiança de Murdoch, aumentaram os questionamentos na imprensa e no Parlamento britânicos sobre a conveniência de permitir que um grupo de comunicações envolvido em práticas que ferem a lei amplie ainda mais seu escopo de atuação.

Como se sabe, é da boa prática da imprensa que não seja violada a correspondência - no sentido mais amplo da palavra - dos outros. No caso da Grã-Bretanha, existe uma regra específica da Press Complaints Commission (comissão de queixas sobre a imprensa) que determina que a "imprensa deve procurar não obter ou publicar material adquirido pelo uso de câmeras ocultas ou equipamentos de escuta clandestina; ou pela interceptação de ligações telefônicas, mensagens ou e-mails; ou pela remoção não autorizada de documentos ou fotos; ou pelo acesso não consentido a dados armazenados digitalmente".



A outra face da crise da imprensa britânica é o apelo quase indiscriminado de celebridades ao Poder Judiciário para que seja proibida a publicação de uma notícia sobre determinada pessoa. Mais do que isso, esse equivalente a um mandado de segurança da Justiça brasileira determina que o jornal ou revista publique que está sendo censurado. Não é permitida qualquer menção ao caso ou à pessoa que recorreu a um juiz.

Em geral, os que procuram a Justiça são ricos e famosos e, em muitos exemplos que foram revelados pela imprensa depois de cassada a decisão inicial, o "segredo" a ser protegido envolvia casos extraconjugais ou relações amorosas com menores de idade. Levantamentos recentes de alguns jornais mostram que mais de 60 dessa espécie de mandados de segurança foram concedidos.

Poder judiciário britânico estabeleceu parâmetros para conter excessos nas tentativas de impedir a publicação de notícias pelos jornais

Essa tendência cresceu tanto que a mais alta instância do Poder Judiciário da Grã-Bretanha se pronunciou sobre o caso, no dia 19 de maio, estabelecendo parâmetros, já que tinha ficado evidente para os magistrados que a concessão das medidas cautelares por juízes ultrapassara os limites do "estritamente necessário", de tal forma que era justificada a apreensão de que uma espécie de "Justiça secreta" tinha começado a existir no país. Uma das exigências é que representantes da imprensa estejam presentes durante as audiências nos processos em que se pede a censura prévia de um determinado tema.

A Justiça também se deparou com outro poder paralelo - assuntos cuja publicação estava proibida e sobre os quais as publicações impressas não poderiam sequer comentar aquela determinação judicial acabaram se tornando conhecidos do grande público por meio do Twitter. A tecnologia moderna "está totalmente fora do controle", já que é um caminho para que se desrespeitem decisões das cortes, disseram os principais magistrados da Grã-Bretanha.

Não há dúvida de que a busca de uma censura antecipada é uma reação de muitos famosos que veem expostos fatos da sua intimidade que, na realidade, alimentam a imprensa sensacionalista. A busca por novidades escandalosas, por histórias que causem furor ou que sirvam para vender jornais se tornou frenética em alguns países - e a Grã-Bretanha é, paradoxalmente, um dos exemplos mais pertinentes desse fenômeno, em claro contraste com o estilo de vida e o ambiente de um país em que se valorizam ao máximo a discricção e a preservação da privacidade.

## Folha da Região - Araçatuba/SP

*Notícias - Imprensa*

### Jornalista não é inimigo, diz o presidente do STF

Da Redação

Quinta-Feira - 02/06/2011 - 16h27

Boletim divulgado pela ANJ (Associação Nacional de Jornais), à qual a Folha da Região é filiada, traz declarações importantes, feitas no último dia 17, durante o Fórum Internacional de Liberdade de Imprensa e Poder Judiciário. Entre as falas que chamaram atenção está a do presidente do STF (Supremo Tribunal Federal), Cezar Peluso. Ele disse que a imprensa é um dos pilares do Estado Democrático de Direito e que "jornalista não é inimigo". E acrescentou:



"Ao lado de outros institutos, como eleições livres, a independência do Judiciário, o império da lei e a separação dos Poderes, a imprensa é um dos pilares do Estado Democrático de Direito".

A presidente da ANJ, Judith Brito, também destacou um fato que nem sempre é bem entendido quando se fala em liberdade de imprensa: "A liberdade de imprensa não é dos jornais nem dos jornalistas. É de todos os cidadãos", afirmou a dirigente, tocando numa questão fundamental. Jornais e jornalistas, decididamente, não reivindicam privilégio de qualquer natureza e nada além do que pregam os limites constitucionais, tanto em relação aos direitos quanto aos seus deveres e responsabilidades. Tampouco devem ter a presunção de achar que liberdade de imprensa é exclusividade de veículos de comunicação e profissionais regularmente a eles vinculados.

A comunicação tem um sentido muito mais amplo, e as novas tecnologias, com a sua diversidade de ferramentas, democratizaram o exercício do jornalismo e acrescentaram a saudável prática desburocratizada da interatividade.

O que nos remete a outra reflexão, esta sobre o futuro do jornalismo impresso. É uma discussão, em geral, pautada por visões um tanto simplórias, uma vez que o jornalismo não depende mais apenas do papel. Uma empresa de comunicação, como a própria Folha da Região, há anos não se restringe mais a produzir conteúdo só para a versão impressa. Está em outras mídias, na internet, na televisão e no rádio, além do impresso e das revistas temáticas. É certo que o chamado jornal de papel ainda tem muitos anos pela frente - impossível imaginar quantos - mas, mesmo que acabe um dia, o jornalismo vai continuar.

O mais importante é que prevaleçam profissionais cientes da enorme responsabilidade de publicar cada linha, de pronunciar cada palavra, e de cuidar para que suas publicações contemplem, em primeiríssimo lugar, o interesse de toda uma coletividade, doa a quem doer, obviamente garantindo amplo espaço para todas as partes se manifestarem. Jornais e jornalistas, enfim, não devem ter a pretensão de serem temidos nem tratados como inimigos, mas de atuar como parceiros e guardiões dos mais nobres anseios da sociedade.

## Comunique-se

*1º Caderno - Imprensa*

### **Por soco em jornalista, Emerson Leão terá que pagar indenização de R\$ 20 mil**

Da Redação

O técnico de futebol Emerson Leão terá que pagar R\$ 20 mil ao jornalista José Henrique Semedo, repórter da Rádio Central de Campinas, por ter-lhe acertado um soco no rosto em fevereiro de 2006, durante o intervalo da partida entre Palmeiras e Guarani, válida pelo Campeonato Paulista. Na época da agressão, Leão era o técnico da equipe da capital paulista.

A definição do valor, que será pago pelo treinador, foi feita pela 4ª Vara Cível do município do interior de São Paulo, em decisão no dia 26/5. Além da indenização referente a danos morais, o ex-goleiro da Seleção Brasileira também terá que arcar com a correção monetária da indenização e com as custas processuais.

O juiz de direito Fabio Varlese Hillal, relator do processo, definiu na sentença que Leão agrediu o jornalista, mas que a indenização não poderia ser no valor solicitado por Semedo: R\$ 155 mil. "A indenização não pode ser tão alta, a ponto de gerar enriquecimento sem causa a vítima,



nem tão baixa, a ponto de não servir para compensar a dor”, definiu.

Hillal também afirmou que Emerson Leão, por ser uma personalidade conhecida na mídia, tem que saber lidar com os contatos feitos por jornalistas. “Uma pessoa pública tem que estar disposta a receber com uma tolerância maior o assédio de fãs e de críticos, inclusive os da imprensa”.

2/6/2011

## Folha de São Paulo

*Mercado - Internet*

### Meta é vender, diz presidente da Telebrás

Caio Bonilha, escolhido por Dilma, diz que sua chegada marca uma nova fase da estatal, com foco comercial

Executivo diz que a empresa estabeleceu o objetivo de levar o plano de banda larga para 300 municípios neste ano

Ana Branco- 28.mar.11/Agência O Globo

Caio Bonilha, que foi escolhido pela presidente Dilma Rousseff para presidir a Telebrás

SOFIA FERNANDES  
DE BRASÍLIA

O novo presidente da Telebrás, Caio Bonilha, 54, escolhido pela presidente Dilma Rousseff para o cargo, vem à cena para não bater de frente com as empresas privadas.

Ex-diretor comercial da estatal, ele diz que sua entrada marca uma nova fase, com foco comercial, já que as primeiras conexões do PNLB (Plano Nacional de Banda Larga) estão para acontecer neste mês. A primeira cidade atendida será a goiana Santo Antônio do Descoberto, no entorno do Distrito Federal.

Em entrevista, o presidente diz que a nova meta para o ano é conectar até 300 cidades e contar com parceria das teles para construção de infraestrutura.

Comercial

Bonilha descarta a atuação da Telebrás na venda de internet banda larga para o consumidor final. "Nas atuais circunstâncias, e até da maneira que a empresa está sendo estruturada, não há nenhuma hipótese de a Telebrás atuar no varejo."

Onde não há oferta de banda larga, a Telebrás, em vez de oferecer o serviço, irá estimular a participação de novos provedores. "Vamos ensinar uma receita de bolo, mostrar que ali tem uma oportunidade de negócio."

Teles

"Vemos com bons olhos parceria com as empresas privadas", diz. Segundo Bonilha, a estatal vai seguir orientação do Ministério das Comunicações de procurar parceiros para construção de rede e elaboração de projetos.



#### Desafios

A primeira ação de Bonilha será mudar o foco da Telebrás do perfil técnico de engenharia para o comercial. A diretoria comercial deve aumentar. "Estamos saindo de uma fase pré-operacional para uma fase operacional; pressupõe uma mudança de foco para a área comercial."

Dentro do novo foco comercial, o presidente fala em aproveitar todas as oportunidades de mercado e de incremento na receita. "O objetivo é vender bastante", diz.

Sobre a dificuldade de orçamento, o presidente afirmou que está quase certa a liberação de R\$ 300 milhões do Tesouro para junho. Do R\$ 1 bilhão previsto inicialmente para o PNBL, só R\$ 50 milhões foram efetivamente aplicados até hoje.

#### Negócios

Bonilha fala em colocar o PNBL mais voltado ao mercado de internet móvel 3G (terceira geração), o grande responsável atual pela capilaridade do serviço da banda larga no país.

## Folha de São Paulo

*Mercado - Internet*

### Brasil terá de investir R\$ 145 bi em internet

Recursos têm de ser aplicados até 2020 para conseguir atingir 74 de cada cem brasileiros

JULIO WIZIACK  
ENVIADO ESPECIAL A BRASÍLIA  
SOFIA FERNANDES  
DE BRASÍLIA

Um estudo divulgado ontem pela Telebrasil (Associação Brasileira de Telecomunicações) mostra que o país terá de investir R\$ 144,6 bilhões até 2020 para que sua internet atinja patamares de países desenvolvidos. A cifra considera a existência de incentivos públicos, como subsídios diretos e desonerações.

Nesse caso, os acessos (fixos e móveis) saltariam dos atuais 33,5 milhões (21 a cada cem habitantes) para 153,6 milhões (74 a cada cem habitantes) no período considerado, colocando o Brasil entre os seis primeiros do mundo em densidade de acessos em banda larga.

Caso os investimentos sejam realizados, as velocidades de conexão também seriam ampliadas. A maior parte dos acessos se daria acima de 2 Mbps. "Como dizem lá no interior, a gente vai sentar a pua", disse o ministro Paulo Bernardo (Comunicações), que assistiu à apresentação da pesquisa durante evento promovido pela Telebrasil.

Bernardo afirmou que o governo está disposto a abrir o caixa para levar a massificação da internet adiante pelo PNBL (Plano Nacional de Banda Larga), um dos pilares do governo da presidente Dilma Rousseff. "Podemos dar subsídios para que a oferta chegue a locais carentes."

Caso o governo mude de ideia, deixando as teles investirem por conta própria, seria preciso destinar pelo menos R\$ 54,9 bilhões até 2020 para que o país atingisse 93,2 milhões de acessos.



Os números não consideram o compartilhamento de redes entre as empresas privadas, uma das polêmicas no setor, e que, em tese, poderia reduzir drasticamente os investimentos necessários.

Segundo Mario Girasole, diretor de regulação da TIM, as concessionárias resistem a abrir suas redes para terceiros. Por isso, a TIM apresentou um estudo próprio à presidente, defendendo que haja mudanças regulatórias no setor garantindo que as operadoras móveis possam usar infraestrutura das fixas.

## Tele Síntese

*Plantão - Internet*

### **TIM diverge das conclusões do estudo do SindTelebrasil**

Qui, 02 de Junho de 2011 por Lia Ribeiro Dias

Operadora destaca importância do compartilhamento e da abertura das redes para massificar banda larga.

Em nota oficial divulgada durante o 55º Painel Telebrasil, que se realiza em Brasília, a TIM considera incompleto o diagnóstico e insuficientes as contribuições do estudo da LCA sobre a massificação da banda larga, encomendado pelo SindTelebrasil e apresentado hoje no final da manhã no evento. Diferentemente do estudo da LCA que trata a banda larga como uma unidade, seja ela fixa ou móvel, a TIM considera que o país se insere no quadro dos países que terão, nos próximos anos, alta penetração da banda larga móvel (10% ao ano) e baixa penetração da banda larga fixa.

Diante desta tendência – a empresa informa que contratou consultoria internacional, cujo trabalho já encaminhou ao governo --, a TIM considera que na implantação da infraestrutura nas áreas carentes o investimento deveria ser compartilhado, por ser um modelo que otimiza os recursos disponíveis. Sua maior divergência com o estudo da LCA não está aí, embora a TIM dê maior destaque a este ponto.

A divergência se manifesta em relação à infraestrutura já existente de backbone e backhaul e nas regras de utilização daquela que vier a ser construída. O documento da TIM registra concentração regional dessa infraestrutura nas mãos das concessionárias; a imprecisão na definição do que seja projeto especial de linha dedicada, com cobrança de sobrepreço pelas concessionárias; problemas de qualidade na infraestrutura comercializada; e inviabilidade na prática de unbundling, “já que o preço de atacado oferecido pelas concessionárias é maior do que o preço de varejo”.

## Tele Síntese

*Plantão - Internet*

### **Banda larga: Brasil precisa investir R\$ 144 bilhões para atingir 74% da população em 2020.**

Qui, 02 de Junho de 2011 por Lia Ribeiro Dias



O estudo feito pela LCA para o SindTelebrasil dividiu o Brasil em cinco países, cada um com demanda e características próprias.

Para massificar a banda larga no país, aumentar a sua velocidade e elevar a atual penetração do serviço fixo e móvel de 21,5 (40,9 milhões de acessos) para 153,6 milhões (74,2%) em 2020, o Brasil vai precisar investir R\$ 144 bilhões e criar alavancas de estímulo ao investimento privado, como redução dos tributos, isenção fiscal, mecanismos de financiamento e uso de recursos públicos para construção de infraestrutura nas regiões mais remotas. Essa é, em resumo, a principal conclusão de um alentado estudo feito pela Consultoria LCA para o SindTelebrasil, apresentado hoje durante o 55º Painel Telebrasil, que se realiza em Brasília. Pelo estudo, a velocidade média da banda larga passaria dos atuais 1,7 Mbps para 12 Mbps, em 2020.

Para realizar o estudo, a LCA dividiu o Brasil em cinco áreas levando em conta a infraestrutura disponível em cada região e a demanda da população. Segundo Claudia Viegas, responsável pela apresentação do estudo, é como se existissem cinco países dentro do Brasil. O primeiro deles tem boa infraestrutura de telecomunicações com várias prestadoras de serviços e o último dos cinco praticamente não tem infraestrutura de rede, nem oferta de serviço. É o Brasil totalmente desassistido.

Se os dois primeiros países, os mais atendidos em termos de infraestrutura podem ter a demanda atendida apenas pelo movimento natural da competição e do mercado, os outros três países, mais pobres e mais distantes, só terão banda larga com o desenvolvimento de políticas públicas coordenadas pelo Estado, insistiu Claudia Viegas.

Para chegar ao volume de investimentos necessários, a consultoria mapeou, durante cinco meses, as necessidades de cada município brasileiro (infraestrutura disponível hoje e demanda) . Com esses dados em mãos, calculou o custo por acesso adicional em R\$ 1.020 nas áreas dotadas de infraestrutura (pretas) e de R\$ 3.226 nas áreas carentes de infraestrutura de telecom (brancas).

#### Alavancas

Segundo Claudia Viegas, para massificar a banda larga e reduzir a distância entre as cinco áreas do país em termos de oferta de banda larga, caindo das atuais 22 vezes entre a área 1 e a área 5 para quatro vezes, o país precisa adotar uma série de alavancas. Algumas delas são restritas a determinadas áreas – como o acesso coletivo à internet em telecentros e lan houses, modalidade necessária na área 5, e subsídio direto a famílias de determinado programa social para a compra do serviço – e outras se aplicam a todas as áreas, como redução da carga tributária sobre serviços e cadeia produtiva.

Ainda pelas projeções do estudo, se não forem adotadas medidas pró-ativas pelo governo e players privados, a penetração da banda larga em 2020 estará limitada a 93,2 milhões, com investimento privado estimado em R\$ 54,9 bilhões. Além de a banda larga avançar menos, Claudia observa que as áreas brancas, as mais carentes de infraestrutura, continuarão pouco assistidas, já que o investimento para atendê-las é três vezes maior do que nas áreas pretas.

## Tele Síntese

*Plantão - Internet*

**Bernardo quer banda larga para 75% da população antes de 2020**



Qui, 02 de Junho de 2011 por Lúcia Berbert

Ministro disse está disposto a trabalhar em parceria com teles para atender a meta, mas acha que elas podem fazer mais.

O ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, disse que o governo está disposto a alavancar as ações para antecipar as metas de massificação da banda larga no Brasil, seja por melhoria regulatória ou por disponibilização de espectro. Ele quer que o serviço esteja disponível a 75% da população antes de 2020, como prevê estudo apresentado nesta quinta-feira (2) pelo SindiTelebrasil.

Bernardo disse que quer trabalhar em parceria com as teles, mas não deixará de cobrar uma ação mais efetivas dessas empresas. "Tem uma faixa da população que nós precisamos discutir como fazer a universalização. Agora, esse mercadão enorme, as teles tem obrigação de disputar. Como uma empresa se conforma em oferecer um serviço que atende pouco mais que 20% da população? Não acho razoável. Isso se deve a renitente opção das nossas empresas de oferecer serviço caro para pouca gente", disse.

O ministro também contestou dados do estudo das teles, que aponta a dificuldade de compra de terminais de acesso pela população. "Tem muita gente que não compra computador porque a internet custa R\$ 80. Este preço pode ser encontrado aqui, no entorno de Brasília, onde há uma carência enorme de infraestrutura", disse.

Bernardo afirmou, entretanto, que em algum momento o governo terá que discutir políticas públicas para atendimento da população que, mesmo com o serviço mais barato, continuará sem condições de acesso. "São 16 milhões de pessoas com renda de R\$ 70,00 que necessitam de subsídios para o acesso. Não colocamos isso na mesa porque achamos que tem muita coisa que ainda precisa ser feita pelo mercado", disse.

O estudo apresentado pelas teles prevê investimentos de R\$ 144 bilhões para levar banda larga a 75% dos brasileiros em 2020. Mesmo assim, parte da população não terá acesso individual, mas apenas por meio de lan houses e telecentros. O estudo foi apresentado no 55º Painel Telebrasil, que acontece hoje em Brasília.

## Valor Econômico

*Empresas - Mídia*

### Tablets e celulares diversificam telas

De São Paulo  
03/06/2011

Enquanto os televisores inteligentes ganham espaço na estante de casa, a proliferação de smartphones e tablets multiplica o número de telas e permite o acesso a vídeos a qualquer hora e de qualquer lugar. Esse movimento já desperta a atenção de produtores e distribuidores de conteúdo audiovisual, interessados em disputar a preferência dos telespectadores em meio à infinidade de vídeos gratuitos disponíveis na web.

O Esporte Interativo, canal disponível na TV aberta e na internet, criou aplicativos para oferecer acesso à sua programação ao vivo em tablets e telefones móveis. Na transmissão de grandes eventos, o acesso nos dispositivos móveis já representa 30% da audiência do canal. Para este ano, a expectativa é de que no mínimo 20% da receita venha da publicidade nessas novas



plataformas, ante os 5% atuais, disse Sérgio Lopes, vice-presidente comercial do canal.

Para Lopes, as novas mídias trazem uma mudança importante para os espectadores. "Deixa de ser uma coisa imposta. O público passa a ter o controle de escolher o que quer, quando e em qual meio assistir TV", avalia.

A Globosat - produtora dos canais pagos Gnt, SporTV e Multishow, entre outros - desenvolveu um portal com milhares de títulos de sua programação, que poderão ser acessados de computadores e outras telas. O site, batizado de Muu, funciona no modelo de vídeo sob demanda. Ao menos por enquanto, não está prevista a transmissão de programas no formato "streaming" (transmissão em tempo real).

A empresa negocia com operadoras de TV por assinatura para lançar o produto, e a ideia é que ele seja gratuito para os clientes dessas empresas. "Faz parte do modelo de TV paga oferecer inovação", afirma Gustavo Ramos, diretor de novas mídias da Globosat.

O Muu vai ser oferecido inicialmente nos computadores. Mas o objetivo da companhia é estendê-lo a tablets e smartphones.

A Net, operadora de TV a cabo, também está atenta às novas telas. O serviço de vídeo sob demanda da companhia já foi desenvolvido numa plataforma capaz de distribuir o conteúdo para PCs, tablets e celulares. "Vamos fazer isso quando entendermos que o mercado está maduro", diz Rodrigo Marques, vice-presidente de estratégia e gestão operacional.

Com o apelo da mobilidade, esses aparelhos devem se tornar meios relevantes para a distribuição de vídeos nos próximos anos, dividindo espaço com as TVs grandes, de alta definição e com conexão à internet.

Porém, o modelo de negócios ainda não está claro. Em março, a operadora de TV paga americana Time Warner Cable lançou um aplicativo que permitia o acesso à sua programação no iPad. Mas foi obrigada a rever sua estratégia diante da reação de produtores como Discovery e Fox. Eles alegaram que os contratos não davam à operadora o direito de distribuir seus conteúdos em outras plataformas.

A estratégia da Globosat é antecipar-se a movimentos desse tipo e, ao mesmo tempo, evitar a propagação de seus vídeos na internet sem os devidos direitos. "É uma opção para o assinante de TV não precisar ver esse conteúdo em outros meios", diz Ramos. (TM e MD)

## Valor Econômico

*Empresas - Mídia*

### TV conectada atrai Netflix, dos EUA

Entretenimento : Interação com web personaliza serviço e renova o interesse pela televisão

Gustavo Brigatto, Talita Moreira, Moacir Drska e Bruna Cortez | De São Paulo  
03/06/2011

A Netflix, maior locadora de vídeos on-line no mundo, está de malas prontas para desembarcar no Brasil. A companhia americana já registrou uma filial no país e negocia com fabricantes de TVs a oferta de conteúdo nesses aparelhos. Não está certo ainda quando as operações começam oficialmente, mas o interesse da Netflix pelo mercado local é um claro sinal de que



os hábitos de assistir TV dos brasileiros não são mais os mesmos.

Cada vez mais, TV e internet se aproximam - o que significa que o ato de ver TV está se tornando mais personalizado e interativo. Assistir a um filme, ao episódio de uma série, ou até mesmo a eventos ao vivo, já não exige mais o ritual de se sentar na frente da TV em uma hora pré-determinada. Basta entrar em um site, ou baixar um aplicativo no smartphone, e no tablet para ter acesso a programas em qualquer lugar e a qualquer hora. Quem prefere o conforto do sofá não precisa ficar preso à grade de programação das emissoras. Com as TVs conectados à internet, fica fácil escolher o que assistir.

Além dos canais convencionais, os novos modelos de TVs têm aplicativos que dão acesso a catálogos de vídeos, notícias e outros conteúdos disponíveis na web. Na lista dos serviços disponíveis estão os programas exibidos pelo Terra TV, as receitas do site Cybercook, entre outros. Também é possível alugar e ver filmes e seriados em locadoras virtuais como Netmovies e Saraiva Digital. Até ligações telefônicas podem ser feitas pela TV usando uma versão específica do Skype.

Embalada pelo aumento no número de conexões à internet em banda larga no país, a venda de aparelhos com acesso à internet tem crescido de forma acelerada. Segundo a consultoria GfK, em 2009, ano em que os primeiros modelos com o recurso chegaram ao país, foram apenas 5,8 mil aparelhos, o equivalente a 0,2% das TVs vendidas no país. No ano passado, o número subiu quase cem vezes: foram 403 mil aparelhos, ou 7,3% do mercado total.

Para 2011, a expectativa é de um novo salto. Segundo Rafael Cintra, gerente sênior da área de TVs da Samsung, as vendas podem chegar a 1,6 milhão de aparelhos. A fabricante coreana, que no ano passado colocou 14 modelos de TVs com conexão à internet à venda no país, subiu o número para 25 em 2011. O modelo mais barato, de 32 polegadas, custa R\$ 2,1 mil. É um preço bastante camarada se comparado ao custo dos primeiros equipamentos lançados no país, há dois anos. O primeiro modelo, um aparelho de 40 polegadas, custava R\$ 7,7 mil, lembra Cintra.

Na concorrente Sony, o modelo mais barato é vendido por R\$ 2,3 mil, segundo Luciano Bottura, gerente de marketing da linha de TVs Bravia. Na avaliação do executivo, além do crescimento da banda larga, a percepção dos usuários quanto aos benefícios da tecnologia está aumentando, o que tende a acelerar a procura por modelos com esse recurso.

A fabricante japonesa tem atualmente 22 aparelhos com conexão à internet à venda no Brasil. Segundo Bottura, elas dão acesso a 34 canais de vídeo. O executivo afirma que a companhia está em negociações com a Netflix para incorporar o serviço à sua oferta.

Quem também negocia a chegada do serviço a seus aparelhos é a coreana LG. A companhia anunciou ontem novos modelos de TVs, que serão lançadas no país a partir de julho, e espera reproduzir nessa linha um acordo global que mantém com a Netflix.

No fim de abril, a companhia registrou na Junta Comercial de São Paulo (Jucesp) a abertura de uma empresa chamada Netflix Entretenimento Brasil. Em seu objeto social, ela é descrita como portal e provedora de conteúdo e outros serviços de informação na internet. Procurada pelo Valor, a locadora americana não se pronunciou sobre seus planos para o Brasil até o fechamento dessa edição.

Segundo Daniel Topel, executivo-chefe da locadora brasileira Netmovies, a chegada da concorrente americana vai gerar uma "boa briga". "O mercado está em crescimento. Há espaço para mais de uma empresa de vídeos pela internet", diz. A Netmovies, que no ano passado foi vendida pela holding Ideiasnet para a gestora de recursos americana Tiger Global por R\$ 11,1 milhões, tem aplicativos em aparelhos da Samsung e da LG. Segundo Topel, as negociações

estão avançadas com outros fabricantes.

Além das TVs, o acervo de 4 mil títulos disponíveis on-line na Netmovies pode ser assistido pela internet, por tablets e por smartphones. De acordo com o executivo, a multiplicidade de dispositivos onde um conteúdo pode ser assistido é uma demanda dos consumidores. "O tipo de aparelho escolhido depende do momento em que a pessoa se encontra."

O Terra tem procurado reproduzir nas TVs conectadas a mesma estratégia que adotou para a transmissão de vídeos na internet por meio de computadores e dispositivos móveis. Pedro Rola, diretor de produtos de mídia, aposta no crescimento da audiência nas TVs. "As pessoas já estão acostumadas com essa experiência", afirma.

## Propaganda & Marketing

*Veículos - Mídia*

### Revistas e jornais contestam cobrança da Apple em tablets

02.06.2011

Entidades pedem ao governo que interceda na FoxConn, fabricante dos produtos da marca

A exemplo do que fez a Enpa (Associação Europeia de Editores de Jornais), a ANJ (Associação Nacional de Jornais) e a Aner (Associação Nacional dos Editores de Revistas) se uniram para enviar uma carta ao ministro das Comunicações, Paulo Bernardo; e ao ministro do Desenvolvimento, Fernando Pimentel, solicitando que o governo interceda junto à fabricante mundial dos produtos Apple, a FoxConn, a fim de rever o monopólio sobre a cobrança do acesso ao conteúdo disponibilizado no iPad.

A marca controla os dados dos assinantes e cobra 30% de comissão sobre todas as transações dentro das versões dos veículos no tablet, além de proibir a venda de outros produtos do veículo jornalístico. Assim, como antecipou o propmark em março (veja aqui), a ANJ decidiu tomar uma iniciativa a fim de rever o assunto em prol de uma dinâmica mais equilibrada de custos com concessão de incentivos fiscais a FoxConn.

## Meio & Mensagem

*Mídia - Mídia*

### MSN dá acesso gratuito a conteúdo do NYTimes

Portal da Microsoft fechou parceria com o jornal norte-americano e passa a ter um canal com informações do diário 02 de Junho de 2011

O portal MSN, da Microsoft, fechou parceria com o jornal norte-americano The New York Times para oferecer conteúdo gratuito ao usuário. O New York Times passou a cobrar pelo conteúdo online em março deste ano. No entanto, os termos da parceria com o MSN permitem acesso gratuito ao conteúdo do jornal.

Segundo a diretora-executiva do portal MSN no Brasil, Andrea Fornes, o conteúdo consiste em uma seleção especial, em português, do New York Times. É a primeira vez que o jornal lança



um canal em outra língua fora do próprio site. A diretora do NYTimes para a América Latina, Isabel Sicherle, disse que o acordo com o MSN servirá de modelo para todo o mundo.

O canal The New York Times no portal MSN já está no ar e traz informações separadas por categorias: estilo de vida, viagem, moda, ciência e tecnologia, negócios e colunistas. Oferece, ainda, material multimídia em galerias de fotos e vídeos.

## Agência Câmara de Notícias

*Notícias - Publicidade*

### Trabalho aprova reserva de publicidade para jornais alternativos

02/06/2011

A Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público aprovou nesta quarta-feira (1º) o Projeto de Lei 4961/09, que obriga órgãos públicos da administração direta e indireta da União, dos estados e dos municípios a reservar, para jornais alternativos de bairro ou regionais, pelo menos 10% da verba de publicidade de imprensa escrita.

A proposta foi apresentada pelo deputado Otavio Leite (PSDB-RJ) e define como jornal alternativo o periódico com tiragem mínima de 5 mil exemplares e preponderantemente dirigido a uma região, bairro ou segmento específico da sociedade. .

O relator na comissão, deputado Jovair Arantes (PTB-GO), defendeu a aprovação do texto argumentando que a medida representa um avanço na democratização dos meios de comunicação. “Os denominados jornais alternativos são o instrumento de informação mais acessível, quando não o único, em determinadas localidades ou segmentos sociais”, declarou Arantes.

#### Tramitação

O projeto tramita em caráter conclusivo e ainda será analisado pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJ).

Reportagem - Rodrigo Bittar  
Edição – Daniella Cronemberger

## Gazeta do Povo - Curitiba

*Economia - Publicidade*

### Brasil vai a Cannes com 2.647 peças na disputa por Leões

Publicado em 03/06/2011

O mercado brasileiro participa neste ano do Festival Internacional de Publicidade de Cannes, que começa no próximo dia 19, com 2.647 peças na disputa pelos Leões. Por pouco o país não bateu seu recorde histórico – 2.686 peças, registrado em 2001. Apesar disso, o total de inscrições do Brasil em 2011 representa alta de 25% em relação às 2.115 de 2010. Novamente a área que mais atraiu participação brasileira em 2011 foi a de Press, com 662 peças, seguida por Outdoor (625), Media (233), Promo (216), Design (212), Cyber (172), Film (168), Direct



(149), Radio (88), PR (58), Film Craft (29), Titanium (28) e Creative Effectiveness (7). No total, os júris das 13 áreas do Festival de Cannes vão analisar nada menos que 28.828 trabalhos – número que representa um novo recorde para o evento. Empresas de 90 países estão na disputa por Leões. O número de concorrentes de 2011 é 19% maior que o do ano passado.

## Tela Viva

*News - Tecnologia*

### LG lança televisores 3D com óculos passivos

quinta-feira, 2 de junho de 2011

A LG anunciou nesta quinta, 2, o lançamento da primeira família de televisores 3D com tecnologia de óculos passivos do mercado brasileiro. Os televisores usam o mesmo princípio da exibição estereoscópica em salas de cinema, de polarização da imagem. Com isso, o telespectador não usa um par de óculos ativos, nos quais as lentes são "fechadas" de forma alternada por um cristal líquido preto. Ao invés disto é usado um par de óculos com filtros nos lugares das lentes, uma tecnologia mais acessível, já que não há eletrônica envolvida nos óculos, que proporciona óculos mais leves e é mais confortável para o usuário. A fabricante promete disponibilizar alguns modelos de óculos no mercado, incluindo modelos com cliques para acoplar os filtros ao óculos de grau dos telespectadores. O modelo mais barato, garante o fabricante, chegará ao mercado por menos de R\$ 50, enquanto um par óculos ativo custa a partir de R\$ 200. Fontes ouvidas por este noticiário afirmam que o custo de produção dos óculos passivos mais acessíveis, os mesmos oferecidos nas salas de cinema, é de aproximadamente US\$ 2.

A LG disponibiliza no mercado em julho quatro modelos de televisores, com telas entre 32" e 55". Os modelos intermediários, de 42" e 47" foram os únicos que já tiveram os preços divulgados: R\$ 4,199 mil e R\$ 5,299 mil, respectivamente.

Os televisores contam com tecnologia de conversão do conteúdo 2D para 3D, proporcionando maior sensação de profundidade nas imagens. Alguns dos modelos são da linha Smart TV, contando com recursos de interatividade e acesso a conteúdos de parceiros locais e globais, incluindo portais, revistas e locadoras virtuais. A fabricante já está negociando com um parceiro local que disponibilizará conteúdos em 3D para a família Smart TV. Da Redação.

## Tele Síntese

*Plantão - Telebrás*

### Ministro reage às acusações de ex-presidente da Telebrás

Qui, 02 de Junho de 2011 por Miriam Aquino

Paulo Bernardo ressaltou que só tomará uma decisão mais dura sobre a manifestação de Rogério Santanna depois de assistir à entrevista de ontem

O ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, afirmou que ainda não assistiu à entrevista do ex-presidente da Telebrás, Rogério Santanna, concedida à rede Bandeirantes ontem à noite. Na entrevista, o ex-presidente da estatal acusa o ministro de ter se aliado às operadoras



privadas de telecomunicações, o que teria motivado a sua saída da empresa. "Vou analisar a entrevista, para me certificar se ela representa só o choro de quem saiu, ou se precisarei tomar medidas mais sérias", completou o ministro.

Bernardo salientou que o papel da Telebrás é o de colocar à disposição do mercado a sua infraestrutura, de maneira a possibilitar que a banda larga avance por todo o território brasileiro. Da mesma forma, salientou, ele acha que a Empresa de Correios e Telégrafos (ECT) poderá também ser parceira das empresas privadas, seja na telefonia celular, atuando como MVNO (operadora móvel virtual), seja na internet. Bernardo ressaltou também, durante o 55o Telebrasil, que o governo está elaborando uma política para estimular a produção de games no Brasil.

## Folha de São Paulo

*Editoriais - Telecomunicações*

### Males do celular

editoriais@uol.com.br

Não são conclusivas, muito ao contrário, as pesquisas relacionando o uso de telefones celulares à ocorrência de alguns tipos de câncer. Ganhou destaque no noticiário, entretanto, a decisão de um painel da OMS (Organização Mundial da Saúde), incluindo a utilização frequente dos aparelhos numa lista de outros 266 fatores "possivelmente cancerígenos" -ao lado do consumo de café e do trabalho em lavanderias. Dos 900 itens avaliados pelo comitê, apenas um, o caprolactama -substância presente em alguns plásticos- obteve plena absolvição das suspeitas que inspirava. Novas pesquisas deverão ser feitas, afirma o relatório da OMS, até que se tenha uma avaliação definitiva dos riscos do celular.

Inexistem, portanto, razões para alarmismo. Seria exagerado, ainda assim, descartar a informação como apenas mais um sintoma do ambiente cultural de nossa época -notoriamente exposto a sucessivas ondas de medo e paranoia, justificados ou não, em matéria de saúde pública.

Houve pânico excessivo com o vírus ebola, o antraz, a gripe aviária, dirão os mais céticos. Não houvesse algum alarme, talvez medidas de prevenção terminassem chegando tarde demais, responderão os cautelosos. De uma perspectiva menos científica do que bem-humorada, uma observação de qualquer modo se impõe. O uso excessivo de celulares, se não é certo que cause câncer, algum mal para a saúde há de fazer.

O estresse que sua solicitação contínua impõe será mais significativo, sem dúvida, do que o bem-estar oferecido a quem o emprega para a troca de trivialidades. O celular interrompe tudo -da concentração de um concertista aos instantes de intimidade conjugal; invade, com os dramas da vida alheia, os momentos de recolhimento que alguém possa ter num elevador ou numa sala de espera.

Talvez mais mortal do que o efeito térmico de suas emissões, vale acrescentar, é a prática dos motoristas que conversam longamente em seus aparelhos enquanto o automóvel segue à deriva pelas ruas da cidade. Verdade que, em caso de acidente, o celular pode ajudar as vítimas dos males que causou... O leque de cogitações não tem fim.

Não é preciso, entretanto, o aval da OMS para recomendar, a todo falante de celular do mundo (há bilhões de assinantes no planeta): use-o com moderação.



## Valor Econômico

*Brasil - Telecomunicações*

### Anatel aprova metas sem mexer em pontos polêmicos

Rafael Bittencourt | De Brasília  
03/06/2011

O conselho diretor da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) aprovou ontem a terceira edição do Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU 3) da telefonia fixa, deixando de fora os pontos que geraram atrito entre o órgão regulador no ano passado. O conselho aprovou também a realização de três consultas públicas de regulamentos, a partir do dia 7, que devem abrir o mercado de TV a cabo e renovar licenças já existentes.

A aprovação do PGMU abre possibilidade para que a telefonia fixa seja levada a todas as localidades do país, o que favorece também a expansão do acesso à internet em banda larga pelo plano proposto pelo governo, o PNBL.

O aumento da capacidade de rede, as fontes de recursos para cumprir as metas e as outorgas de frequências para a telefonia rural serão definidas posteriormente, depois da publicação do decreto presidencial.

Os contratos de concessão de telefonia são revisados a cada cinco anos e envolvem as concessionárias Telefônica, Oi /BrT, CTBC, Sercomtel e Embratel. A terceira renovação foi marcada por polêmicas que resultaram em dois adiamentos do prazo de assinatura dos contratos e ações na Justiça contra o processo conduzido pela agência.

Na versão original, a Anatel pretendia alinhar o PGMU à proposta do governo para expandir o acesso à internet por meio do Plano Nacional de Banda Larga (PNBL). A proposta estabelecia metas de universalização da infraestrutura de banda larga, mas as operadoras alegaram que a medida seria ilegal porque os contratos só se referem ao serviço de telefonia fixa. Diante do impasse, a aprovação do plano e a assinatura dos contratos foi adiada pela primeira vez, no fim do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

No segundo adiamento, o governo assumiu publicamente que as metas das concessionárias seriam definidas de acordo com o PNBL. A prorrogação ocorreu a pedido da presidente Dilma Rousseff, que barrou o processo para negociar com as teles a oferta de conexões de internet de 1 megabit por segundo (Mbps) a R\$ 35.

O PGMU seguirá para o Ministério das Comunicações e à Presidência da República.

O superintendente de Universalização da Anatel, José Gonçalves Neto, afirmou que a nova edição do PGMU irá "instrumentalizar" a agência. Segundo ele, em três meses serão definidos os detalhes do documento.

## Tele Síntese

*Plantão - Telecomunicações*

**MiniCom estuda licitar as bandas de 2,5 GHz e de 450 MHz em conjunto**



Qui, 02 de Junho de 2011 por Miriam Aquino

Com esta alternativa, Paulo Bernardo espera que a faixa de maior valor econômico crie demanda para a de 450 MHz, de menor interesse.

O ministro Paulo Bernardo afirmou hoje, durante o 55 Congresso Telebrasil, que ainda estuda a melhor opção para a frequência de 450 MHz. A Anatel está dividida quanto a esta questão, com um grupo de técnicos entendendo que esta frequência deveria ser imputada às concessionárias, para cumprirem as metas de universalização rural, que serão estabelecidas no novo Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU), e outro grupo que defende a abertura de licitação para esta frequência. O Ministério das Comunicações vai tomar a decisão e, segundo Bernardo, estuda também a hipótese de venda da banda de 2,5 GHz acoplada à de 450 MHz. "A faixa de 2,5 tem um grande valor econômico e apelo de mercado e por isto estamos considerando incluir também a faixa de 450, pois precisamos olhar o Brasil inteiro", completou o ministro.

Ele afirmou que no decreto final que irá trazer as novas metas de universalização, a tendência é que a presidente Dilma Rousseff deixe em aberto esta questão (se a faixa será ou não imputada) ou se será licitada e de que forma. "Precisamos pensar de que forma podemos estimular o ingresso de novos players e de novas tecnologias, tendo em vista que as concessionárias não tem demonstrado muito interesse por esta frequência", assinalou. A corrente da Anatel que defende a imputação da faixa de 450 MHz está convencida que a telefonia rural gera resultados negativos para a operação e as concessionárias diminuiriam estes prejuízos usando esta faixa que reduz os custos de implantação.

## Valor Econômico

*Empresas - TV 3D*

### Disputas marcam modelos 3D

De São Paulo  
03/06/2011

Os recursos disponíveis em salas de cinema vão finalmente começar a ganhar espaço na residência dos brasileiros. Mas o crescimento das vendas de televisores 3D deve vir acompanhado de uma acirrada disputa entre as duas tecnologias existentes atualmente, a ativa e a passiva.

A principal diferença entre os dois padrões é o modelo dos óculos necessários para enxergar as imagens em terceira dimensão. A coreana LG lançará nas primeiras semanas de julho o primeiro modelo de TV 3D com tecnologia passiva, na qual os óculos não têm bateria e outros componentes eletrônicos. "Esse padrão torna os óculos mais leves e confortáveis, além de reduzir o preço para cerca de R\$ 50", afirmou o gerente da linha de produtos de televisão da LG, Felipe Motta.

A despeito da comodidade trazida pela tecnologia passiva, fabricantes como Samsung e Sony ainda dão preferência ao padrão ativo, e alegam que não há como conciliar imagem de alta definição (full HD) com o modelo 3D lançado recentemente. "Os óculos são realmente mais leves, mas há outros fatores que não compensam esse benefício", disse Luciano Bottura, gerente de marketing da linha Bravia, da Sony.

Em meio à disputa dos fabricantes quanto ao uso de uma tecnologia, o preço dos produtos é



um dos fatores que pode influenciar a decisão dos consumidores. O valor médio sugerido pela LG para o modelo de 42 polegadas da LG Cinema 3D Smart TV é R\$ 4.199. O modelo de TV com padrão tridimensional de 40 polegadas da Samsung e da Sony tem preço médio de R\$ 3.699.

O cenário de concorrência entre as tecnologias, entretanto, não inibe o tom otimista dos fabricantes quanto a esse mercado. A LG projeta venda de 588 mil televisores 3D em 2011, número que representa 6% das vendas totais de TVs de tela plana estimadas em 2011. A Samsung, por sua vez, espera vender 400 mil aparelhos 3D, sete vezes acima do verificado no ano passado.

Para Luciano, da Sony, o lançamento de mais filmes e jogos com padrão tridimensional, bem como a exibição de mais programas e jogos esportivos nesse formato também devem impulsionar a venda de aparelhos com essa tecnologia. "Em mais dois ou três anos, as TVs 3D já terão uma presença mais forte e serão mais acessíveis no mercado brasileiro", disse. (BC e GB)

## Agência Senado

*Comissões - TV Paga*

### **Audiência conjunta sobre regulamentação da TV por assinatura será no dia 21**

02/06/2011 - 18h41

A audiência pública conjunta de comissões do Senado para analisar o Projeto de Lei da Câmara (PLC) 116/2010, que regulamenta o mercado de TV por assinatura, acontecerá no próximo dia 21. O anúncio foi feito nesta quinta-feira (2) pelo senador Eduardo Braga (PMDB-AM), presidente da Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT).

O debate deverá ter participação de senadores das comissões de Assuntos Econômicos (CAE), de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ), de Educação, Cultura e Esporte (CE) e de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle (CMA).

O PLC 116/2010 regulamenta a participação das empresas de telefonia no mercado de TV por assinatura e fixa cotas de conteúdo nacional na programação das emissoras.

Segundo Eduardo Braga, o PLC 116/2010 é fundamental para a ampliação da infraestrutura de telecomunicações, sobretudo do suporte à banda larga.

- É papel do Congresso promover o debate de temas relevantes para o Brasil, principalmente no setor de telecomunicações, sem o qual não há crescimento econômico e social de forma sustentável e igualitário para todas as regiões do país - disse.

Da Redação / Agência Senado

## Teletime

*News - TV Paga*



## Conselheiro Jarbas Valente se alinha com João Rezende no Regulamento de TV a Cabo

quinta-feira, 2 de junho de 2011,

A reunião do conselho diretor da Anatel desta quinta ainda não foi concluída (e deve se alongar pelo período da tarde), mas é praticamente certo que o novo Regulamento de TV a Cabo será aprovado. Isso porque o conselheiro Jarbas Valente já apresentou seu voto e acompanhou o voto do conselheiro João Rezende, que traz uma série de itens liberalizantes do mercado de TV a cabo, incluindo o fim das concessões, a liberação das outorgas (autorizações) sob demanda e sem a necessidade de licitação, e a cobrança de um preço administrativo pelas outorgas (R\$ 9 mil). O voto da conselheira Emília Ribeiro só será apresentado no final do dia, mas diverge dessas duas posições. O embaixador Ronaldo Sardenberg já sinalizou que votaria com João Rezende. Ou seja, é praticamente certo que o novo Regulamento de TV a Cabo seja aprovado e encaminhado para a consulta pública nesta quinta. O texto definitivo, quando for aprovado, ainda precisará passar pelo Conselho de Comunicação Social.

Samuel Possebon

## Folha de São Paulo

*Mercado - TV Paga*

### Anatel libera entrada de teles na TV a cabo

Operadoras poderão oferecer serviço sem passar por leilão; medida vai a consulta pública e deve vigorar em outubro

Agência também impõe limite de publicidade de 15 minutos por hora em canal pago e verificará conteúdo nacional

JULIO WIZIACK  
ENVIADO ESPECIAL A BRASÍLIA

SOFIA FERNANDES  
DE BRASÍLIA

O conselho diretor da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) aprovou ontem a abertura do mercado de TV a cabo para as operadoras de telefonia.

Na prática, as regras antecipam em parte o PLC 116 (projeto de lei), em tramitação no Congresso e que pretende acabar com a Lei do Cabo, que proíbe as teles de distribuir canais por cabos a menos que seja em parceria com outras empresas sem que as teles tenham o controle.

O projeto também derrubará as restrições de participação de capital estrangeiro nas empresas. Hoje, o limite é de 49%. Esse é um dos poucos pontos do PLC que não foram incorporados pela decisão de ontem da Anatel. As novas regras vão para consulta pública e, caso nada seja alterado, entram em vigor em outubro, após nova votação do conselho diretor. Como antecipou a Folha na edição de quarta, as teles poderão, por R\$ 9.000, obter uma autorização válida por município para vender o serviço. Não haverá mais limite de licenças por municípios.



Caso entre em vigor antes da aprovação do PLC 116, o novo regulamento da TV a cabo pode gerar questionamentos na Justiça. Algumas empresas investiram milhões para adquirir licenças de TV a cabo no passado, quando havia leilão. Elas dizem que seus ativos podem ser "reduzidos a pó". A agência também estabeleceu índices de cobertura para empresas com poder de mercado. Para cidades com mais de 100 mil habitantes, as grandes empresas deverão cobrir de 50% a 70% dos domicílios.

Hoje, há 264 empresas de TV a cabo no país, com 48,1% do mercado de TV paga. Em abril, a transmissão via satélite virou líder, com 49,2%.

#### PUBLICIDADE

A regra também define um máximo de 15 minutos por hora de publicidade em canais pagos, ou seja, 25% do conteúdo poderá ser de comerciais, o mesmo da TV aberta.

A Anatel também passará a monitorar o cumprimento dos níveis de conteúdo nacional nos canais de livre programação.

Pelo menos um dos canais destinados a prestação permanente deverá ser dedicado exclusivamente à programação nacional em língua portuguesa com obras cinematográficas e audiovisuais brasileiras de produção independente.

## O Globo

*Digital & Mídia - TV Paga*

### Anatel abre caminho para teles na TV a cabo

Serviço deixaria de ser concessão para ser autorização, que não exige capital nacional

Mônica Tavares

BRASILIA. O conselho diretor da Agencia Nacional de Telecomunicacoes (Anatel) aprovou ontem para consulta publica o regulamento de TV a cabo, a minuta do contrato de concessao e a renovacao das outorgas, que passarao a ser autorizacoes, dispensando licitacao.

O regulamento libera a entrada das operadoras de telefonia na TV a cabo. Tambem acaba a limitacao de prestadoras de servico por municipio.

A Lei do Cabo em vigor considera o servico uma concessao, sendo vedada, assim, sua prestacao por empresas estrangeiras.

Hoje, varias operadoras de telefonia cairiam nessa restricao.

Mas a Anatel entende que a Lei Geral de Telecomunicacoes, editada posteriormente, abriu espaco para que a TV a cabo se torne um servico prestado mediante autorizacao, caindo a exigencia de capital nacional. Por isso considera que, aprovado o novo regulamento, o servico esta liberado para as teles.

Cerca de 80 operadoras serao atingidas por essa medida. Segundo o conselheiro relator da agencia, Joao Resende, a entrada das teles representara R\$ 5 bilhoes a mais por ano em investimentos e R\$ 1,5 bilhao de arrecadacao para estados e municipios.



Para obter a autorização, as empresas terão de pagar R\$ 9 mil. Resende acredita que a votação ocorra até setembro.

Uma novidade da proposta é a limitação de veiculação de publicidade, fixada igual a da TV aberta, de 15 minutos a cada uma hora. Hoje não há limite.

O conselho da Anatel também aprovou o Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU), que valerá até o fim de 2015. Saiu a obrigação de as empresas instalarem banda larga.

O PGMU prevê o atendimento de 80% da área rural com telefone até 2015.

A Anatel espera que também seja oferecido o serviço de banda larga. O Acesso Individual Classe Especial (Aice), destinado a baixa renda, foi renovado. Será R\$ 9,50 de assinatura mensal, sem impostos, ou R\$ 13,80, com.

## O Estado de S.Paulo

*Economia & Negócios - TV Paga*

### Anatel aprova novas regras e abre mercado de TV a cabo para as teles

Regulamento que permite entrada das teles no serviço de cabo será colocado em consulta pública, com número ilimitado de outorgas por cidade e licenças vendidas a R\$ 9 mil, sem licitação

02 de junho de 2011 |  
Karla Mendes, de O Estado de S. Paulo

BRASÍLIA - O último obstáculo para a abertura do mercado de TV a cabo foi desfeito nesta quinta-feira, 2, pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), que aprovou o novo regulamento do setor, que estabelece a concessão de outorgas de forma ilimitada e ao preço de R\$ 9 mil, com condicionantes.

Na prática, isso significa que o serviço, hoje restrito a apenas 262 municípios, terá não só ampliação da cobertura, mas também aumento de competidores, com a possibilidade da entrada das empresas de telefonia.

"O regulamento vem complementar a decisão tomada no ano passado, que aprovou o novo planejamento do setor", ressaltou o conselheiro João Rezende, relator da matéria na Anatel. Rezende ressaltou que, além de ampliar a cobertura de TV a cabo, as novas regras incrementarão a oferta de banda larga.

O conselheiro lembrou pesquisa de servidores da Anatel, antecipada pelo Estado na semana passada, que mostrou que a abertura do mercado de TV a cabo alavancará o mercado de banda larga em pelo menos 4,4 milhões de clientes. A mudança também trará uma receita adicional de R\$ 4,8 bilhões para o setor.

Isso representa um incremento de cerca de 32% e 26%, respectivamente, em relação aos dados de 2010 para a banda larga fixa, no prazo máximo de três anos. Nesse cenário, o governo federal teria uma arrecadação adicional de R\$ 176 milhões e os governos estaduais ganhariam R\$ 1,2 bilhão. Rezende lembrou que os procedimentos que serão adotados pela Anatel, como o fim do processo de licitação para outorgas foram corroborados pela Advocacia-



Geral da União (AGU), que deram o "aval" para todas as mudanças.

A abertura do mercado de TV a cabo será condicionada ao cumprimento de obrigações pelas empresas interessadas em prestar o serviço. Uma das exigências é que as empresas com poder de mercado significativo, como a Net, por exemplo, terão de cumprir a meta de cobertura de 50% a 70% da área que detém a outorga em até 36 meses.

Para os novos operadores, que não se encaixam nessa classificação, porém, as obrigações são mais amenas: 25% a 66% no prazo de 96 meses. Com o intuito de expandir o serviço para pequenos municípios, não haverá, no entanto, condicionantes para cidades com menos de 100 mil habitantes.

Aprovação. Segundo o presidente da Anatel, Ronaldo Sardenberg, foram aprovadas três propostas de consulta pública: o regulamento do serviço de TV a cabo; o regulamento dos serviços de outorga para as empresas que prestam serviço (renovação dos contratos das cerca de 80 empresas que prestam o serviço); e o regulamento dos serviços de outorga para as empresas que não prestam serviço ainda.

As consultas ficarão à disposição para sugestões pelo prazo de 40 dias, a partir da publicação no Diário Oficial da União. Está prevista também a realização de uma audiência pública em Brasília sobre a proposta de regulamento.

Reação. A decisão da Anatel de mudar o regulamento de TV a cabo não foi bem recebido pela Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA). "Isso ainda vai para consulta pública, e há coisas que precisam de esclarecimento e de mudança", disse Alexandre Annenberg, presidente executivo da ABTA. "Existem pontos que vão contra a lei."

Ele citou como exemplos de ilegalidades na proposta as ideias de se cobrar somente R\$ 9 mil pela outorga e de não se fazer licitações. "O Ministério Público acionou o Tribunal de Contas da União sobre o assunto", disse Annenberg. O presidente da ABTA espera que o regulamento seja modificado durante a consulta pública. Caso não seja, o executivo prevê que o assunto pode acabar na Justiça. "Uma judicialização dessa história poderia atrasar o mercado por anos", alertou Annenberg.

Na opinião dele, a Anatel deveria oferecer novas outorgas de acordo com as regras atuais, abrindo licitações para várias cidades, e aguardar a aprovação do Projeto de Lei Complementar (PLC) 116, que se encontra no Senado e que substitui a Lei do Cabo. "O único impedimento que haveria para as concessionárias (Oi e Telefônica) seria o de não operar na sua área de concessão até a aprovação do PLC", apontou Annenberg. "O regulamento, como foi apresentado, cria um ruído desnecessário."

COLABOROU RENATO CRUZ