

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO EBC



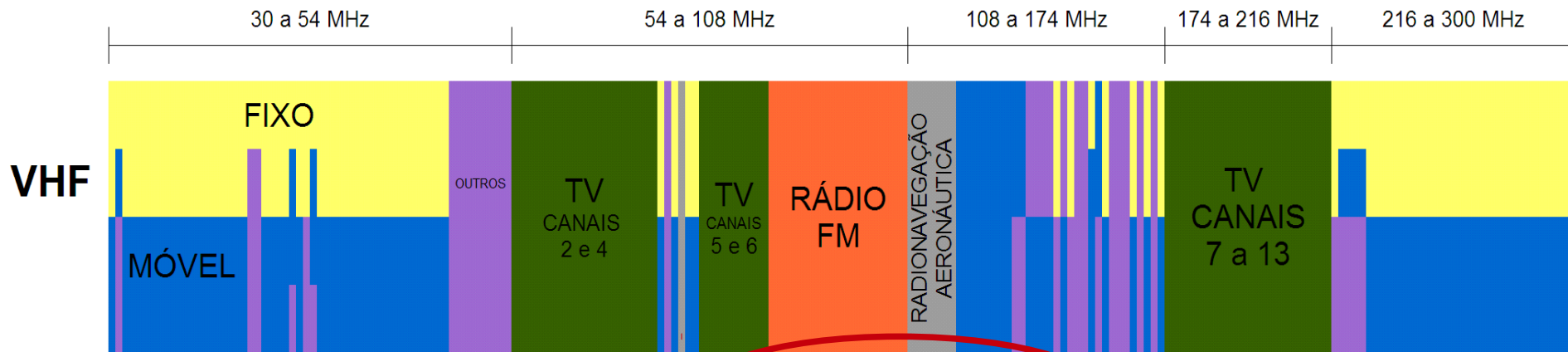
Como delinear o futuro com os conflitos
atuais no mercado brasileiro?

**O futuro da TV Pública
está garantido ou não?**

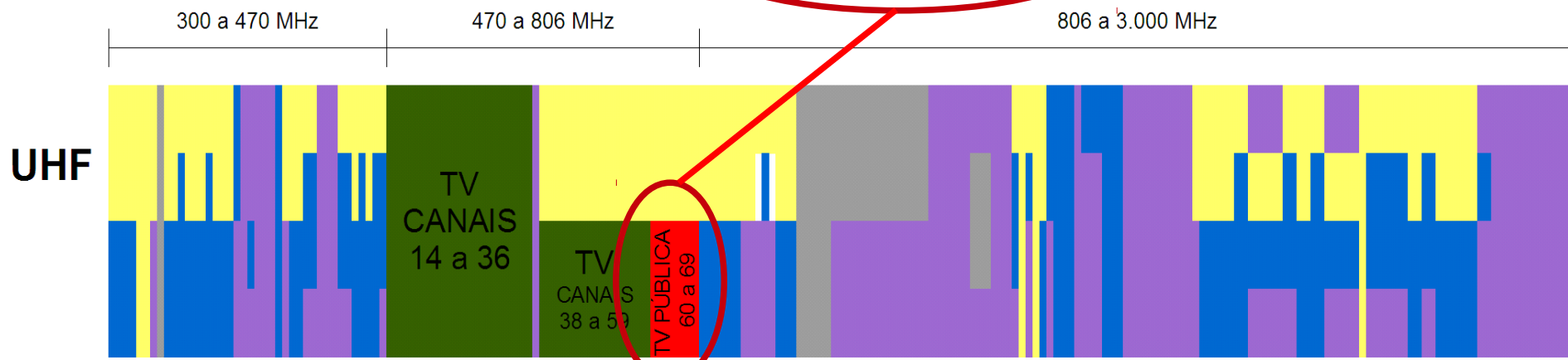
Encontro Telesíntese

01 de dez de 2015





TVs PÚBLICAS



■ **MÓVEL** móvel, móvel terrestre, móvel marítimo e móvel aeronáutico,
 ■ **FIXO** fixo e fixo aeronáutico,
 ■ **TV**,
 ■ **RÁDIO FM**,
 ■ **RADIONAVEGAÇÃO AERONÁUTICA**,
 ■ **OUTROS** Radionavegação, radiolocalização, radioamador, radioastronomia, operação espacial, pesquisa espacial, exploração de terra por satélite etc.

→ Disputas são legítimas e favorecem os pressupostos da **CONCORRÊNCIA** (mas há falhas de mercado – ex.: assimetria de informação)

→ **INFRAESTRUTURA** – deve atender interesses **ESTRATÉGICOS** do país

→ busca de **EQUILÍBRIO** nas políticas

Clientes (cidadãos)

e

competidores

X

política

e

regulação



POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICAÇÃO

1º		2º				3º	4º
CLASSE ECONÔMICA		ESTADO				SOC. CIVIL	FORM. DE OPINIÕES
PATRONAL	TRABALHO	EXEC.	LEG.	JUD.	MIN. PÚBLICO		
ABA	ANEATE	PR	Com Educ.e Comun.	Justiça Federal	Federal	FNDC	Escritores
ABAP	FENAJ	Minicom	Conselho de Comunicação Social			Justiça Estadual	
ABC		FENARTE		Minist. Justiça	Defesa do Consumidor e Direitos Humanos		Estaduais
ABEPEC	FITERT		Minist. Cultura	CNJ		Barão de Itararé	
ABERT		ANCINE	ANATEL		Tver		Acadêmicos
ABRA							
ABTA							
ANER							
ANJ							
SNIC							
UBV							

EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO FINANCIADAS PELO PODER PÚBLICO EM OUTROS PAÍSES

CONTINENTE / REGIÃO	PAÍS	SIGLA
África Subsaariana	África do Sul	SABC
	Angola	TPA
América do Norte	Canadá	CBC
	EUA	PBS
América do Sul	Brasil	EBC
	Chile	TVN
Ásia	Japão	NHK
	Tailândia	NBT
Balcãs	Bulgária	BNT
Eurásia	Rússia	VGTRK
	Turquia	TRT

CONTINENTE / REGIÃO	PAÍS	SIGLA
Europa	Alemanha	ZDF
	Espanha	RTVE
	França	FT
	Inglaterra	BBC
	Itália	RAI
	Portugal	RTP
Magrebe	Marrocos	SNRT
Oceania	Austrália	ABC
	Nova Zelândia	TVNZ
Oriente Médio	Arábia Saudita	AI Ekhbariya
	Israel	IBA

NAÇÃO

Grupos étnicos

Idiomas

Costumes

Religiões

Cultura

Tradições

Territórios

Moedas

Comunicação pública



COMUNICAÇÃO PÚBLICA

DUARTE, Jorge.

Não se trata de interesses particulares, privados, de mercado, pessoais, corporativos, institucionais, comerciais, promocionais ou de “um público”.

CONSTITUIÇÃO FEDERAL

Art. 173

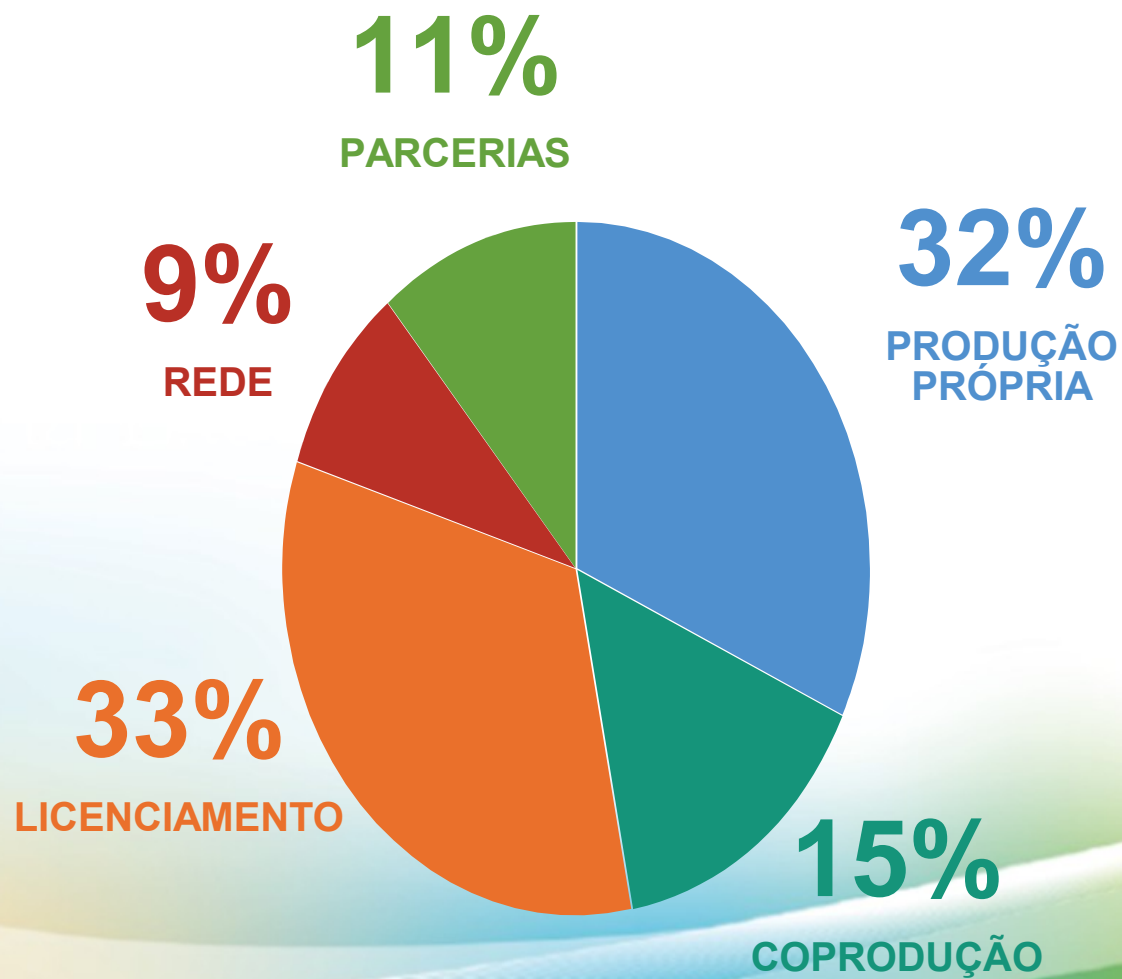
Exige o **relevante interesse coletivo** na criação de um empreendimento gerido pelo Estado.

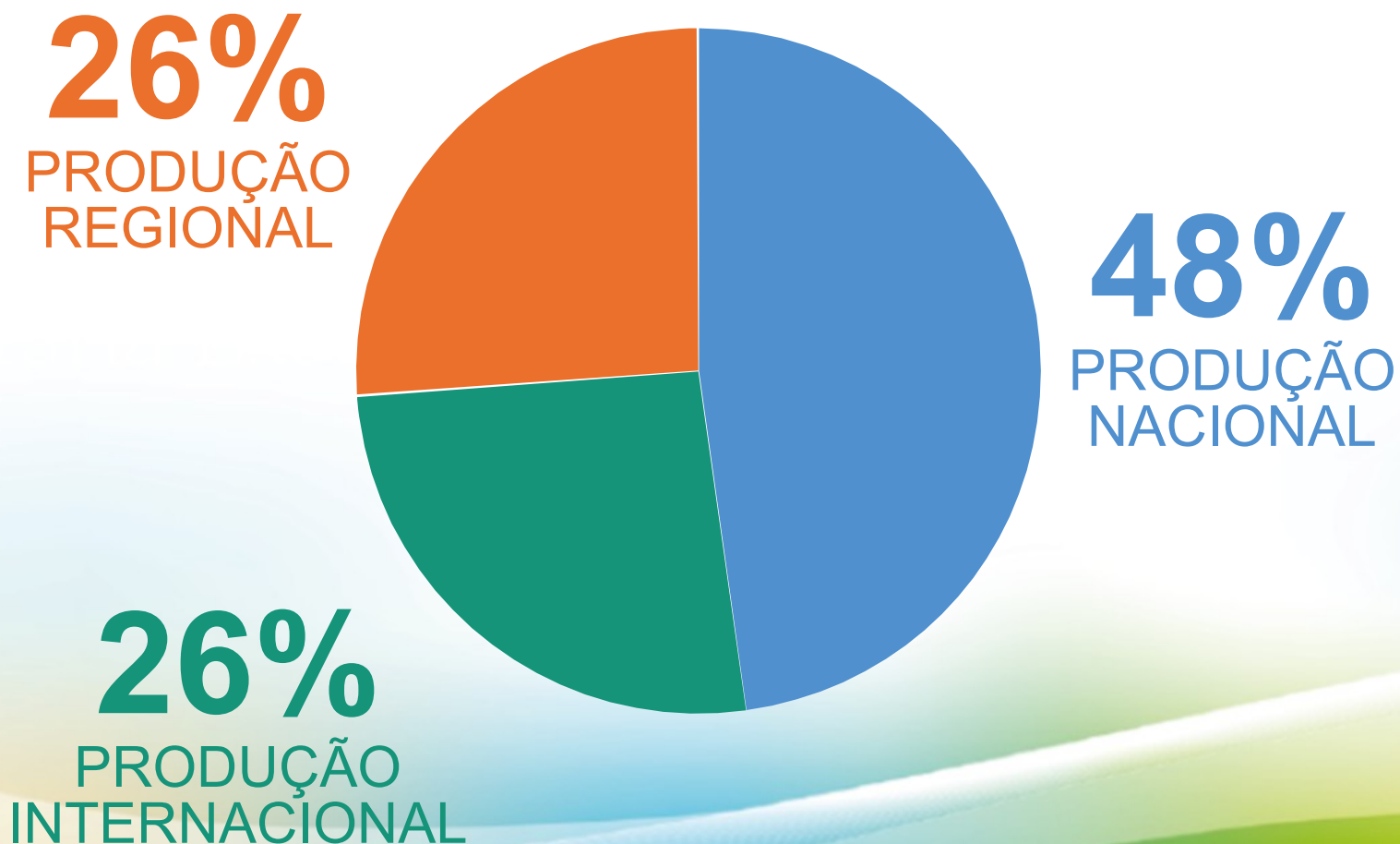
Art. 223

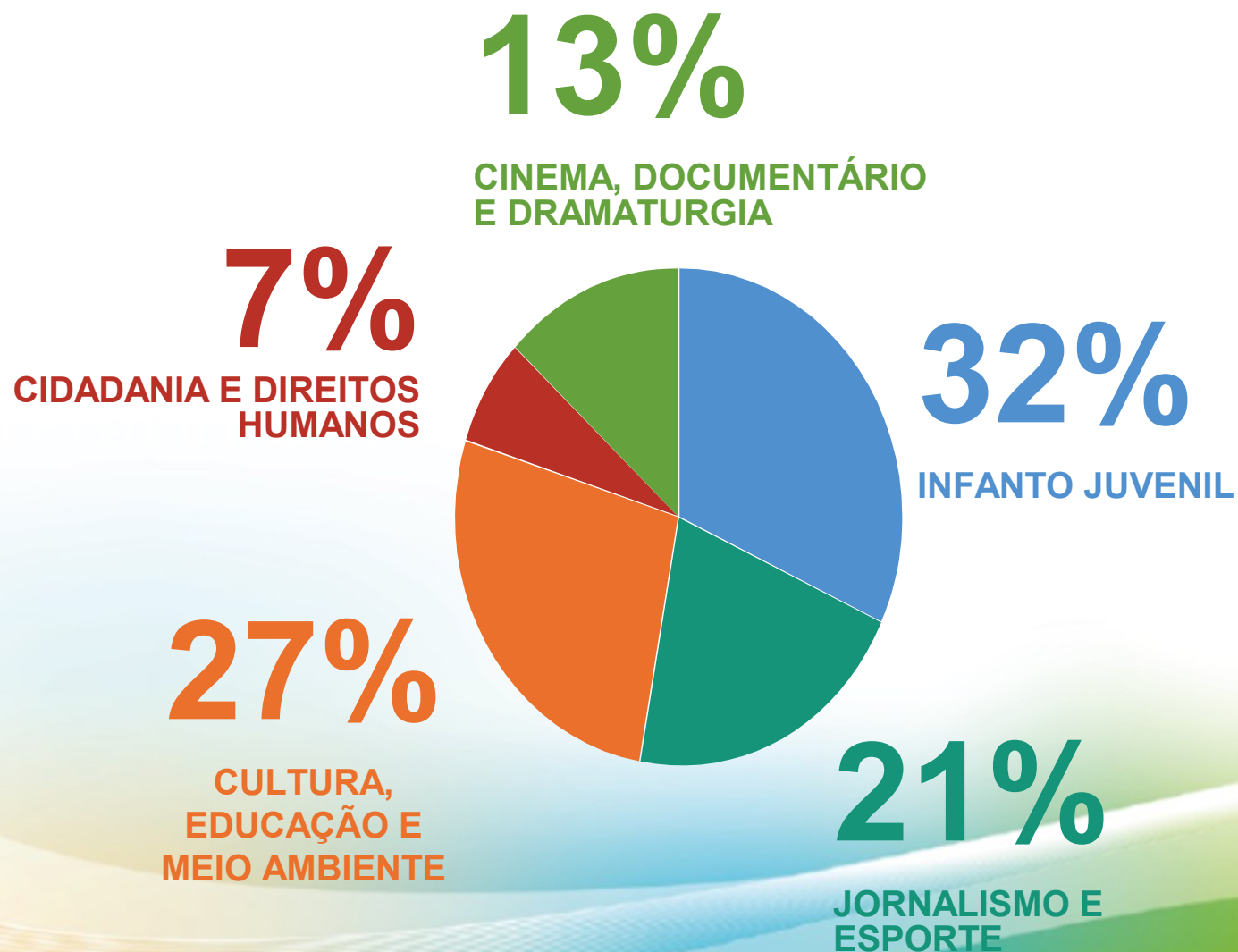
Fixa o princípio de **complementariedade** entre os sistemas comunicacionais privados, públicos e estatais

Econômico: Bem público → corrigir uma falha de mercado → a ausência da comunicação pública

Social: Missão → Criar e difundir conteúdos que contribuam com a formação crítica das pessoas.







SENTIDO AMPLO DE COMUNICAÇÃO

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

ADMINISTRAÇÃO / ENTIDADES E PROGRAMAS DE COMUNICAÇÃO

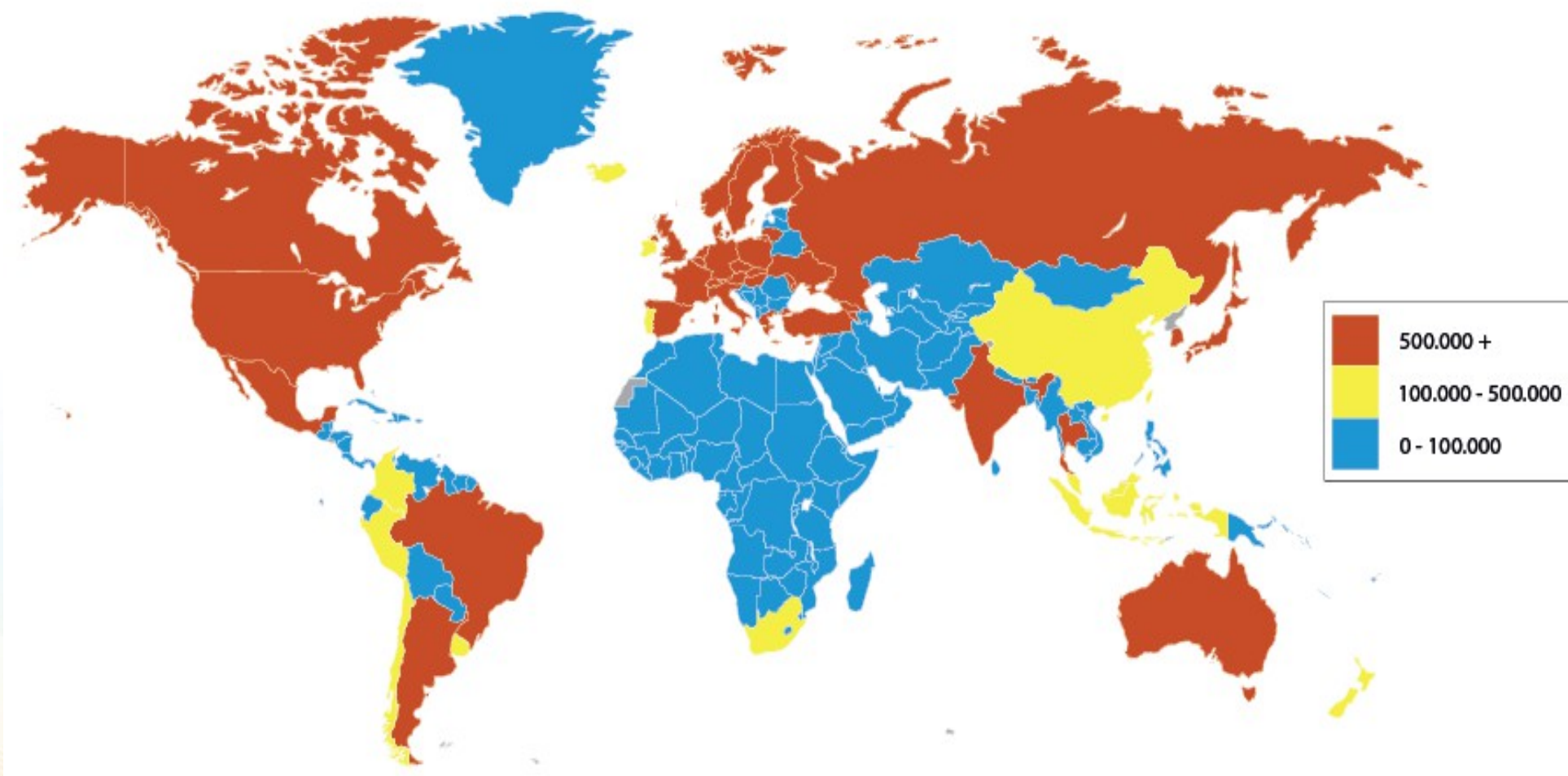
ANATEL

ECT

Banda Larga

RÁDIOS E TV's PÚBLICAS (genérico)

USO INTERNET MUNDO



Crise - modelo de **programação linear**?

TV atual x outro consumo de mídia

Oportunidade? → Recursos?



PRODUTO INFORMAÇÃO (Varian e Shapiro)

“A tensão entre **dar a informação** – deixar que as pessoas saibam o que você tem a oferecer – e **cobrar** delas para recuperar seus custos constitui um problema fundamental da **economia da informação**”.

Multiprogramação

e

Interatividade

A convergência tecnológica terá na televisão uma autoestrada para os novos rumos da sociedade da informação.



INVESTIMENTO
em
PESQUISA e
DESENVOLVIMENTO
para a
INOVAÇÃO



Considera-se **plataforma do conhecimento** empresa, o consórcio ou a entidade privada sem fins lucrativos que reúna agentes públicos e privados que atuem em conjunto para obter **resultados concretos para a solução de problema técnico específico ou obtenção de produto ou processo inovador** de elevado risco tecnológico, com metas e prazos definidos.

Há solução. É preciso que haja um equilíbrio.

→ **Primeiro** com a compreensão da importância da TV aberta no país - inserção cultural.

→ **Segundo**, que haja uma sistema de convivência e complementariedade entre os sistemas de TV.

→ **Terceiro**, que ocorra concorrência e cooperação entre mercados correlatos.



Empresa Brasil de Comunicação – EBC

**Vice Presidência de Gestão e
Relacionamento**

(61) 3799-5406 / 5542

www.ebc.com.br

