

TV digital: da promessa a realidade. Os caminhos da digitalização

Alexon Gabriel João*

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)

BRITTOS, Valério Cruz; SIMÕES, Denis Gerson. **Para entender a TV digital**: tecnologia, economia política e sociedade no século XXI. São Paulo: Intercom, 2011. (Coleção TV digital, v.1). 98 páginas.

Para entender a TV digital vai além de suas 98 páginas, fruto dos estudos e das inquietudes de seus autores; Valério Cruz Brittos e Denis Gerson Simões, o livro faz um convite aos leitores interessados em compreender as principais questões que nortearam o processo de implantação da TV digital. Através de uma linguagem bastante acessível, a obra, que é a primeira de uma série, tem como grande mérito associar o rigor acadêmico dos pesquisadores com a vivência direta dos fatos dos investigadores especializados, que acompanharam o assunto desde o primeiro momento até os dias atuais.

Os autores decidiram estudar a televisão digital como meio, pela sua centralidade e relevância para todo o processo de tematização pública da realidade na sociedade brasileira, pela importância como mecanismo de democratização e pela riqueza de recursos técnicos em relação a outras mídias. A divisão das principais questões sobre a TV digital foi organizada em tópicos não lineares, que podem ser lidos de maneira independente. O fluxo de leitura que se dá dentro da narrativa vai construindo a Televisão Digital, com suas bases, evolução, tecnologia utilizada, disputas, interesses e os possíveis efeitos que ela pode causar na sociedade brasileira. No primeiro capítulo, “O contexto da televisão brasileira”, os autores analisam o surgimento e a importância da televisão, que começou a ser popularizada na década de 60, e que hoje, firma-se como a mídia de maior impacto na sociedade e principal fonte de entretenimento e informação do país, e para muitos, a única. A influência desempenhada pela televisão se espalhou durante décadas, inclusive durante o regime militar. Nessa época, a ampliação do acesso à televisão é vista pelos autores como a maneira encontrada pelo sistema para manter o controle sobre a sociedade, através da

* Pesquisador do Grupo de Pesquisa CEPOS (apoiado pela Ford Foundation), mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS, graduado em Comunicação Social – Jornalismo e Especialista em Televisão Digital pela mesma Universidade. E-mail: <alexon_gabriel@ig.com.br>.

relação estabelecida entre as emissoras e o Estado. Isso porque, visto o interesse, revelou-se inquestionavelmente um aparelho técnico, discursivo e determinante para a legitimação e longevidade da ditadura, mantendo as relações estabelecidas mesmo após o fim do regime militar.

Já em 2007, com o início das transmissões do sinal televisivo digital, houve um avanço significativo no setor das comunicações, principalmente aqueles relacionados com a entrada e avanço da internet e a convergência digital, trazida pela telefonia móvel. “Gradativamente, as emissoras começaram a disponibilizar, paralelamente ao conteúdo transmitido de modo analógico, a programação pelo Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T), característico da TV aberta digital”, Brittos e Simões. p. 15. No entanto, as negociações que estiveram por trás da escolha do padrão que seria adotado pelo país, definida como sendo o japonês (ISDB), se deram entre os países fornecedores da tecnologia e o Estado brasileiro, tendo como critério a manutenção dos interesses das empresas de TV. As disputas para impedir que novos atores entrassem no cenário televisivo, foi uma das tônicas do processo de escolha do padrão que seria adotado pelo país. Assim como a manutenção dos espectadores, a fim de impedir a migração para outros meios, como jogos eletrônicos e computadores.

Após os movimentos que marcaram a entrada do sinal digital, Brittos e Simões destacam o desempenho obtido pela TV por assinatura, que, apesar de não obter os altos índices das TV aberta, segue procurando ocupar um espaço mais destacado no mercado brasileiro. O crescimento da economia e a dilatação do mercado de televisão, foram elementos chave para o aumento dos investimentos no setor. Se, por um lado, no início alguns entraves impediram o crescimento do setor, por outro, hoje, aproveitando o bom momento, já é possível observar algumas ações em direção a expansão do número de residências que consomem esse serviço, assim como ofertas de novos produtos que usem a estrutura física desse meio.

A WebTV, que vem ocupando importante presença e se constituindo em instrumento capaz de gerar sérios rearranjos no cenário televisivo, é vista pelos autores como uma ferramenta geradora de novas experiências com o audiovisual, mesmo com toda a deficiência da rede da banda larga. Assim, fica evidente o momento de reformulação pelo o qual o cenário televisivo está passando e as transformações advindas pela entrada de novas tecnologias e novos atores. Ao demonstrar a precariedade e a importância assumida pela televisão em seus anos iniciais, vive-se um período de intensa transformação.

Os autores também enfatizam o atual momento da televisão, caracterizado pelo aumento do número de canais, aumento da concorrência entre as emissoras, popularização

da programação, entrada de novos dispositivos tecnológicos e agentes que passam a investir no negócio midiático.

O livro destaca a digitalização e o oligopólio das comunicações, no qual o mercado comunicacional brasileiro é caracterizado pelo oligopólio. Os autores citam a Rede Globo de Televisão, que detém a liderança de audiência, com faixas de horário que chegam a mais de 50% da preferência do público, gerando uma maior arrecadação publicitária e tendo assim, maior quantidade e qualidade na programação.

Um dos desafios dos canais de TV aberta é a possibilidade de ingresso de vídeo por demanda (video ondemand), com qualidade HDTV, característico dos sistemas de televisão paga, o que pode influenciar na distribuição de conteúdo também em rede aberta. Um dos atrativos da TV paga é o gravador de vídeo digital, porque através dele o receptor pode selecionar e assistir o programa a hora que achar conveniente. Há uma grande discussão na digitalização da TV no Brasil. Além da falta de recursos técnicos, os recursos político-econômicos também impedem os processos comunicacionais.

O cruzamento de meios e de inovação no que tange o audiovisual televisivo originaram o nome PluriTV. Essa nova televisão buscar atender a diferentes segmentos, com variedade na oferta de produtos simbólicos, além da multiplicidade de telas para a visualização. Ela está na internet, no celular, no aparelho móvel, no ônibus, nas aeronaves, nos trens, nos táxis, nos carros, nos espaços de circulação em geral (edifícios, shoppings centers, saguões de espera) elevadores, outdoors e também no televisor de casa. Esta ampliação acaba pulverizando os investimentos feitos por patrocinadores, pois com a audiência distribuída de forma mais ampla, o foco passa a ter um alvo mais específico, e os investidores tentam manter a liderança para capturar a maior fatia do bolo. De forma lenta, o estado tenta regular esta nova estrutura mutante, já que a PluriTV, em tese, serve para democratizar o conteúdo midiático, e a internet passou a ser uma grande aliada para que isso ocorra.

O Brasil precisava avançar na digitalização televisiva, pois desde a década de 90, a TV digital já era pauta do governo. Este avanço não dependia unicamente das emissoras, já que concessões públicas dependem de outorga do governo. Era necessária uma ação por parte do poder político no setor de comunicação. A complexidade do quadro midiático na escolha de um sistema digital não permitiria erros e envolvia as influências das operadoras de telefonia móvel, interessadas em entrar no negócio e detentoras de grandes montantes financeiros para investimentos. A definição do sistema a ser usado era o ponto fundamental da discussão, já que ele atingiria os canais, os aparelhos receptores, as empresas que fabricam os equipamentos, os conglomerados que apresentam opções de convergência de serviços e os espectadores. De antemão, observando essa pluralidade, pode-se destacar a

mutações ocorridas tanto no monitor quanto no conteúdo. Na maioria das vezes, o conteúdo passa a ser mais voltado ao “interesse do público” do que ao “interesse público”. Nesse ponto, há a necessidade de visualizar a diferença entre esses interesses, já que o primeiro - “do Público”- orienta-se ao que o espectador (considerado parte de uma engrenagem) quer assistir. E o segundo - “público”- àquilo que é socialmente pertinente, os deveres da televisão como instrumento de serviço à coletividade. O que se vê são ações para buscar anunciantes e audiência, fazendo uso de programas apelativos, que se sobrepõem a exibição de produções de qualidade.

A interatividade e a convergência de meios acabam sendo significativas, pois tencionam os dados, passando a gerar novas percepções do audiovisual. Contudo, deixa claro que assim como no princípio, o capital humano é o grande diferencial da mídia. Sem dúvida a internet foi a principal ferramenta de todo esse modificador de paradigmas e fez o mercado midiático se rearranjar. Todavia, não implicou uma total renovação nas lógicas socioculturais da televisão. Sozinho o equipamento não resolve, afinal de contas, o homem é que se manifesta diante das máquinas.