

TU Aberta Regional no Processo de Digitalização

Ewerton Luis Faverzani Figueiredo¹

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar o impacto que a TV aberta local, RBS TV, vem sofrendo ante o novo modelo de negócios provocado pela digitalização e o uso de estratégias midiáticas que envolvem processos de gestão, produção e distribuição dos conteúdos midiáticos pela emissora, a fim de se reposicionar no capitalismo reconfigurado. Em vista disso, com a transmissão da TV digital no Brasil mudanças no sistema de som e imagem devem proporcionar melhor qualidade aos telespectadores. E isto só será possível com a troca gradativa de equipamentos analógicos por digitais, envolvendo investimentos e endividamentos a longo prazo.

Palavras-chave: *Televisão Local; Estratégias de Mercado; TV digital.*

Introdução

A televisão está presente em cerca de 90% dos lares brasileiros. Considerada janela para o mundo, ela é, muitas vezes, a principal fonte de informação e entretenimento da população. Desde seu surgimento, na década de 50, houve um aumento significativo do número de emissoras, bem como de televisores nas residências. Isso tudo, em virtude da melhoria das técnicas de produção, distribuição e reprodução de bens simbólicos. Atualmente, as emissoras estão vivenciando a Fase da Multiplicidade da Oferta com uma gama crescente de TVs, entre outras mídias, oferecem programações variadas com conteúdos atraentes para o telespectador. Desta forma, este tem o poder de optar pela programação que mais se identifique com ele, gerando, conseqüentemente, os chamados picos de audiência. A tendência das emissoras é modificar seus horários nas grades de

1 Bacharel em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, e-mail: ewertonfaverzani@gmail.com

programação, investir em novos padrões de qualidade e em consumidores potenciais, como também chamar a atenção para fatos atuais e de maior relevância na mídia. O objetivo é atrair públicos migrantes do circuito televisivo, acirrando, assim, a competitividade. É claro que aqueles indivíduos que mudam de canal constantemente à procura de informações que se identifiquem com seus interesses e realidades, estimulam essa concorrência. E isso faz com que as emissoras planejem estratégias midiáticas eficazes para absorver maior número de telespectadores.

À medida que as emissoras de televisão ganham maior número de audiência com conteúdos midiáticos bem elaborados, conseqüentemente, atraem melhores comerciais publicitários, que geram *superávit*. O lucro obtido com os investimentos provenientes das mídias publicitárias pode ser aplicado tanto na qualidade dos serviços de transmissão da própria emissora (na sua programação e na mão-de-obra) quanto na troca de equipamentos com a mais moderna tecnologia disponível no mercado. Em virtude disso, verifica-se uma leve perda de poder oligopólico mantido pelas Organizações Globo, o que se evidencia no período que vai do final do século XX e início do XXI.

No que tange à regionalidade, especificamente o que acontece no Rio Grande do Sul, verifica-se que a era da informação atual, rápida, quase instantânea, traz consigo grande geração de capital, poderio econômico e influência. Através de estratégias de mercado, emissoras de TVs regionais vêm abocanhando grande fatia do público local, enfraquecendo o oligopólio regional mantido pela RBS TV, afiliada da Rede Globo, que mantém a maior influência no mercado gaúcho. Neste âmbito, percebe-se a entrada de novas empresas de mídia audiovisual, a exemplo da Record RS que, após sua instalação, vem obtendo um crescimento em audiência e qualidade, superando a TV Pampa que mantinha, até então, esta posição que a Record RS ocupa atualmente. Diante da ascensão da Record, das demais emissoras gaúchas e do domínio ainda mantido pela RBS TV, que já está utilizando novas estratégias midiáticas eficazes no intuito de acirrar a competitividade, e atraindo mais audiência, é que se objetiva estabelecer as diretrizes desse estudo.

Em consonância a isso, há o surgimento de um novo padrão tecnológico: a TV digital terrestre, que iniciou sua atividade de transmissão no Brasil a partir do dia 2 de dezembro de 2007 na região metropolitana de São Paulo. A opção pelo padrão japonês de TV digital terrestre, no Brasil, deu começo a um novo ciclo do audiovisual, que envolve a modernização de todo o sistema de transmissão. Estima-se, portanto, que até junho de 2016

o país passe a transmitir conteúdos digitais de maneira integral. Embora, estudiosos da área prevêem essa digitalização contemplar o país de forma homogênea a partir de 2020. Até lá, o sistema analógico tenderá a ficar obsoleto, em decorrência do novo sistema mais interativo e de melhor qualidade, que se consolida a partir de então. Em relação a isso se analisa as estratégias midiáticas que a RBS TV, emissora do Rio Grande do Sul, utiliza nos seus processos de gestão, produção e distribuição dos conteúdos midiáticos, a fim de se reposicionar dentro do capitalismo reconfigurado.

A TU Aberta Brasileira na Fase da Multiplicidade da Oferta

A televisão brasileira vem sofrendo, nas últimas, grandes mudanças em virtude do crescimento de mercado provocado pela globalização e pela criação de blocos hegemônicos, que buscam parcerias transnacionais com vistas no lucro. Estes são fatores preponderantes nas relações comerciais em que o capitalismo se reconfigura e molda um padrão de negócios envolvendo a entrada de Tecnologias da Informação e Comunicação - TIC's -, entre elas, a TV digital. A era da informação foi a responsável por gerar incentivos para que emissoras pudessem alçar vôos mais altos, atraindo maiores investimentos e aumentando as alíquotas no vão de oportunidades estrategicamente conquistadas na arena televisiva. Em virtude disso Bolaño e Brittos enfocam que

O padrão de concorrência se define pela inserção das firmas “ou suas unidades de produção na estrutura produtiva, o que envolve desde os requerimentos tecnológicos à utilização do produto”; até as estratégias de concorrência, abarcando as políticas de expansão das empresas líderes, em todos os níveis – tecnológico, financeiro e as políticas de adaptação” e de “recriação dos mercados”. A formatação de uma nova estrutura de mercado influencia outros, principalmente aquelas mais próximas, de forma que diferentes setores da mídia eletrônica começam a ser afetados a partir dos movimentos dirigidos à implantação da televisão digital. Deve-se atentar para o risco de a estrutura de mercado da TV digital constituir-se como mais concentrada ainda que a analógica, já que a passagem para o novo modelo televisivo, representa, além do avanço e oportunidade sempre anunciados, um investimento extremamente elevado (BOLAÑO & BRITTOS, 2007:58).

Desse modo, a expectativa do atual sistema brasileiro de televisão comercial é a de uma leve, mas progressiva decadência financeira sujeita a quedas mais ou menos graves, “tamanho a importância que o elemento financeiro passou a adquirir no jogo competitivo, reduzindo sensivelmente o poder de controle da Rede Globo e de outros setores conhecidos da mídia (BOLAÑO, 2005:25).” A era da informação, a estabilização da moeda, a privatização das telecomunicações, a perda de uma boa fatia de audiência para a *internet* foram alguns dos fatores responsáveis por mudanças nunca antes vistas. Neste contexto,

verificam-se investimentos ascendentes em tecnologia e desenvolvimento de produtos audiovisuais, antes controlados pela principal concorrente do setor, a Rede Globo que, de certa forma, ainda detém a maior parte do oligopólio e influência política. Com estes fatores, sua influência perde, aos poucos, a força, abrindo brechas para que outras emissoras possam preencher as lacunas deixadas por ela (Globo).

A TV, para Brittos e Bolaño “é um setor tendencialmente concentrado, já que isto representa economias de escala e as legislações são, a cada dia, mais permissivas” (BRITTOS, 2006: 32). Segundo esses autores “cada emissora ou rede adotará um determinado padrão tecno-estético (em formato de grade) para se destacar no mercado concorrencial” (BOLAÑO, 2006: 55), capacitando-a a fidelizar faixas específicas do público, negociado, como mercadoria audiência no mercado publicitário. Já, para Herman e Mcshesney, as emissoras de TV são

empresas que produzem produtos midiáticos de grande amplitude referente aos números de audiência (apurados por institutos especializados), controladas ou não por sistemas estatais ou privados, e que estão ideologicamente ligadas às instituições de poder social, político e econômico (HERMAN & MCSHESNEY, 1999:19).

Lastres e Albagli, por sua vez, ao se referirem ao que chamam de sociedade da informação e do conhecimento, percebem que esta era aproximou a “conjunção de sinergia de uma série de inovações sociais, institucionais, tecnológicas, organizacionais, econômicas e políticas, a partir das quais a informação e o conhecimento tendem a redefinir um novo e estratégico papel (LASTRES & ALBAGLI, 2006:8).” Nas organizações, a busca por soluções eficientes e rápidas se torna uma necessidade e garantia de sustentação e perpetuação. Albe (In: BRITTOS, 2006:168) contribui com a questão de visão dinâmica, por ser esta a ideia de competitividade que se aplica através do potencial da empresa em planejar e implementar estratégias concorrenciais, que lhe permitam manter a durabilidade de uma posição sustentável no mercado. Esta autora ainda acrescenta que a aplicabilidade de técnicas sustentáveis no ambiente organizacional “são atributos indispensáveis às empresas que buscam a competitividade, através do desenvolvimento de competências sólidas e duráveis do controle da evolução tecnológica.”

Desse modo, as empresas midiáticas vivenciam a Fase da Multiplicidade da Oferta em que as TVs dispõem de conteúdos variados para o telespectador que opta pela programação mais atrativa. Isto se reflete na atual tendência das TVs, em mudar seus horários nas grades de programação, investir em novos padrões de qualidade, em nichos de

mercado potenciais, atualizando, assim, constantemente seus programas com fatos atuais e de maior relevância na mídia. Com isso, a competitividade cresce como também se aprimora o planejamento de estratégias eficazes para atrair públicos de outras emissoras, acirrando ainda mais a concorrência.

Os Padrões de TV Digital no Mundo

A partir da segunda metade da década de 90, observa-se um interesse da comunidade científica e tecnológica mundial na implantação de novos padrões de TV digital. Entre as inúmeras inovações almeçadas e proporcionadas por estes padrões destacam-se a modulação digital de sinal (na qual gera melhor qualidade de imagem e som), mobilidade que permite aplicações de TV embarcada; as transações bidirecionais de informação multimídia (iTV), a maior definição de imagem HDTV (*High Definition TeleVision*) e portabilidade, que permitirá a eventual sintonia de sinais de TV em qualquer aparelho celular ou portátil. Atualmente, se estabelece “quatro padrões internacionais de transmissão digital: ATSC-T (*Advanced Television Systems Committee*), DVB-T (*Digital Video Broadcasting*), ISDB-T (*Integrated Services Digital Broadcasting*) e DMB-T (*Digital Modulation Broadcast*).”²

Dentre os países que já realizaram a implantação definitiva da TV digital estão Luxemburgo, em setembro de 2006, Holanda, em dezembro de 2006, Finlândia, em agosto de 2007, Suécia, em outubro de 2007, Suíça, em novembro de 2007. Já para os que ainda estão na fase gradual de implantação, as datas definitivas para a transmissão digital integral dos seus respectivos sistemas seguem o cronograma mundial, conforme as datas previstas para a Alemanha, final de 2008, Estados Unidos em fevereiro de 2009 e Dinamarca em outubro de 2009. Canadá, Japão, França, Coreia do Sul em 2011. Hong Kong, Irlanda e Reino Unido em 2012. China, 2015; Brasil, 2016 e Rússia para 2017.

Na América Latina, a Argentina, em 1998, escolheu o padrão ATSC (EUA). O atual governo, também, apóia o DVB-T (Europeu) e está realizando alguns testes com esta tecnologia. O Brasil, ao escolher o padrão ISDB-T (Japonês) lançou, no dia 02 de dezembro de 2007, o começo das transmissões da TV digital na cidade de São Paulo. O Chile, sem data para o início das transmissões, ainda não decidiu o padrão a ser adotado por problemas políticos. Testes estão sendo feitos com os três padrões (ATSC, DVB e

² Disponível em: <http://www.lsi.usp.br/interativos/nem/tv_digital.pdf>.

ISDB). Já o Uruguai, no dia 28 de agosto de 2007, anunciou a escolha do modelo europeu. “A Urcec e o Ministério da indústria definiram o cronograma de implantação seguindo dois modelos: DVB-T e DVB-H.”³

No caso do Brasil as emissoras de TV aberta já estão investindo em alguns de seus setores na infraestrutura digital. Muitos de seus programas são gravados e editados em equipamentos com a mais alta definição de som e imagem, embora a tecnologia potencial demore um pouco para ser totalmente digitalizada porque, todo o restante do sistema no Brasil, ainda continua sendo analógico. Ao menos nos quesitos de som e imagem, já que o sistema de transmissão do sinal das emissoras de TVs abertas é enviado em sistema digital. A princípio, para a região metropolitana de São Paulo. Deste modo, a evolução digital é um fator a ser discutido atualmente no Brasil. Isto se explica pelo início das transmissões desde o dia 2 de dezembro de 2007; em que já está disponível a transmissão terrestre em sinal digital da TV aberta brasileira na região metropolitana de São Paulo. Mesmo assim, é possível que alguns bairros não tenham uma boa qualidade na recepção deste sinal digital, já que tal transmissão ainda está sendo realizada em caráter experimental. A cidade do Rio de Janeiro, desde o dia 20 de abril de 2008, deu início às transmissões digitais que devem estender-se gradualmente pelas regiões da capital carioca, conforme o que ocorre na capital paulistana. A inovação deste novo modelo de negócios ainda causa grande impacto, pois uma série de mudanças provocadas por este sistema de transmissão digital ainda está em fase de adaptação e expansão gradual de transmissão, conforme inferem Bolaño e Brittos:

A evolução da tecnologia chegou à digitalização dos sistemas televisivos em geral, substituindo os atuais padrões analógicos, sejam os terrestres, próprios da televisão aberta, sejam os que recorrem a cabos, micro-ondas ou satélites, característicos da TV por assinatura. Mas a digitalização provoca maior impacto na televisão terrestre, hertziana, cuja transmissão em nível internacional está mobilizando governos, agentes econômicos e algumas poucas entidades não governamentais que conseguem intervir nos debates usualmente pouco inclusivos, que se arrastam há duas décadas, envolvendo uma alteração conceitual com impactos sobre o conjunto da indústria intensiva e suas diferentes trajetórias tecnológicas. Representa uma importante inovação, cujas vantagens variam conforme as diversas modulações possíveis, mas podem ser resumidas a: superior qualidade de imagem e áudio, multiplicação da capacidade de transmissão de sinais televisivos e transporte de serviços e recursos complementares, dotando a televisão tradicional de interatividade (BOLAÑO & BRITTOS, 2007:56).

A TV digital é uma nova tecnologia capaz de trazer qualidade superior a qual se está acostumado até então. Trata-se de um moderno sistema que possibilita, além da alta

³Disponível em: <http://www.teleco.com.br/tvdigital_mundo.asp>.

qualidade de som e imagem, interatividade e mobilidade; já que as pessoas terão acesso ao canal preferido em casa ou no trânsito através de celulares, *notebooks* e televisores portáteis. A respeito de interatividade é importante dizer que segundo Koogan/Houais (1999): “A interatividade é a troca entre o usuário de um sistema informático e a máquina por meio de um terminal dotado de tela de visualização”. Assim, para Montez e Becker (2005: 33), os usuários podem participar modificando a forma e o conteúdo do ambiente mediado em tempo real, sendo esta uma variável direcionada pelo estímulo e determinada pela estrutura tecnológica do meio. Outra característica é a multiprogramação, com transmissão de até seis programas simultaneamente por uma única emissora, ou exibição do mesmo programa sob diferentes ângulos. Este novo sistema de transmissão trará inovações à área da TV no Brasil, pois, para Bolaño e Brittos:

A TV digital tende, gradualmente, a impor-se como modelo televisivo mundial, daí também a necessidade de o país migrar também para o novo sistema. Constitui o Brasil o sexto mercado mundial quanto a investimento publicitário televisivo. O que confirma a televisão como a principal mídia. Isto tem feito com que o Brasil se mantenha atualizado na implantação das inovações tecnológicas na área da TV e, em grande medida, na concentração de verba publicitária do país que o apresenta em primeiro lugar em termos de percentagem de recursos econômicos destinados a essa mídia, o colocando entre os dez primeiros países (BOLAÑO & BRITTOS, 2007:57).

É importante observar que a TV digital possibilita alta definição de detalhes na imagem e um som mais limpo, puro e com menos ruídos. Esta é a tecnologia já vista nos cinemas. A transmissão entre o que se assiste hoje para o padrão de alta definição será gradual. A diferença mais visível será a diminuição dos ruídos e das distorções de imagem, comuns na transmissão analógica. O telespectador equipado para receber o sinal digital terá, de início, uma transmissão com som e imagem limpos, como os vistos em um DVD de qualidade. A respeito da inovação técnica da TV digital Bolaño e Brittos explicam que:

A digitalização é uma inovação técnica que amplia de forma assimétrica, segundo os diferentes suportes, a situação histórica de transmissão, vantagens de regulação e das infraestruturas nacionais de transmissão, vantagens de precedência e etc. – as possibilidades de tendências já existentes, ao reduzir os custos de transmissão e permitir oferta maior de canais e serviços e maior fragmentação do consumo, mas não sem um processo anterior de desregulamentação, ligado as estratégias econômicas e políticas globais (BOLAÑO & BRITTOS, 2007:71).

Outro ponto essencial a destacar é que no começo das transmissões do sinal digital terrestre da TV aberta, as emissoras ainda não estarão transmitindo toda a programação em

HDTV, apenas parte dela, principalmente os filmes. O formato adequado para receber o sinal digital é o de tela 16:9 ou *widescreen*. Também conhecido como tela de cinema ou tela larga, já que permite ao telespectador enxergar mais áreas da cena, isto é, proporciona um maior campo de visão. Além de exibir uma imagem como a de cinema, este novo formato também é excelente para coberturas esportivas, particularmente, para esportes de campo, pois o telespectador tem uma visão mais ampla, quase panorâmica, como se estivesse realmente assistindo a uma partida no campo ou na quadra. Este é um detalhe que fará grande diferença para os produtores de TV que precisarão ter cautela nas informações exibidas em cena, já que o telespectador enxergará um conteúdo amplo. Este novo formato de TV digital influencia a produção de programas de forma surpreendente. Como o telespectador terá acesso a um campo maior de visão, os cinegrafistas precisarão tomar mais cuidado com os cenários, alongando-os horizontalmente. Além disso, como a imagem digital oferece uma qualidade superior, exibindo detalhes antes despercebidos e com cores mais vivas, também será preciso ficar atento à maquiagem e ao figurino de atores e apresentadores. E isto influencia, em muito, para o mercado publicitário e para os públicos consumidores de informação, tanto que para Bolaño e Barros:

A digitalização traz melhores possibilidades de transmissão de textos, sons, dados e todo tipo de imagens para aquela parcela de público de interesse do mercado publicitário e para os públicos que podem comprar informação, isto é, com capital simbólico e poder de compra. Expandem-se as formas de comunicação pagas pelo próprio público consumidor. A concorrência cresce no mercado cultural e as empresas de mídia, para sobreviverem às novas exigências, na busca por audiência e publicidade, devem submeter sua produção (cultural) a uma lógica capitalista, cada vez mais acentuada (BOLAÑO & BARROS, 2005: 11-29).

Dessa forma, espera-se que a TV digital não somente traga uma qualidade superior na transmissão, mas também possa elevar o nível das produções televisivas nacionais. Outra expectativa para o novo sistema digital é o de contribuir para a realização de uma comunicação popular, já que para Filho (2006:73) o governo brasileiro tem se mostrado atuante no desenvolvimento e implantação da TV Digital no Brasil, com o objetivo de proporcionar o desenvolvimento tecnológico, como meio de inclusão social, e também como forma de regular o setor, devido aos altos custos de implantação. Por meio de um decreto do presidente Luis Inácio Lula da Silva, foi instituído o Sistema Brasileiro de TV Digital – SBTVD, que tem por finalidade, dentre outras, promover como foi dito antes, a inclusão social, criando uma rede de ensino à distância e, desta forma, realizar a transição

do sistema analógico para o digital. Assim, a regulamentação é um dispositivo legal que deve ser usado, pois segundo Ferrari:

Tanto o monopólio público quanto o monopólio privado das fontes informativas são incompatíveis com a democracia: uma democracia deve impedir ambos com leis *antitrust* no setor privado e com garantia de gestão pluralista no setor público. [...]. A multiplicação das fontes de informação é, portanto, funcional à própria democracia (FERRARI, 2000:171).

Sobre a digitalização e seu decorrente avanço tecnológico e democrático Bolaño e Brittos explicam que:

A atual digitalização geral, fruto da revolução microeletrônica e destinada precipuamente a facilitar a circulação de informação, mercadoria fundamental para vencer os limites à expansão do capital e da cultura ligada aos ditames do consumo, também pode servir à concretização de uma comunicação popular libertadora, articulando democracia e cidadania, testando e construindo potencialidades de liberação. [...] O avanço tecnológico está na base da atual reestruturação econômica, marcada pela crescente interdependência de mercados, permitida pelo deslocamento instantâneo de enormes montantes de recursos financeiros à realização dos negócios (BOLAÑO & BRITTOS, 2007:86).

Atualmente algumas emissoras de TV aberta já fazem enquetes a respeito de algum fato ou notícia. Para isso, o telespectador precisa ligar de um telefone fixo, celular ou através do acesso a *internet* para votar em uma das alternativas propostas pelo programa. Com a entrada da TV digital esse processo deverá ser mais amplo. Isso, porque o usuário não precisa usar o telefone, uma vez que a comunicação será feita por meio de um *software* de interatividade instalado no próprio aparelho de TV, que se conectará diretamente com a emissora. A partir desse *software*, o telespectador poderá realizar compras, participar de pesquisas, comentar notícias, acessar a programação e outros serviços que poderão aparecer de acordo com os usos e necessidades dos consumidores. Mesmo que o *software* brasileiro, o qual permitirá esta interatividade com a TV digital, o chamado Ginga, por enquanto esteja sendo finalizado.

De acordo com a ANATEL, desde o primeiro semestre de 2010, a TV Digital chegou a Belo Horizonte e Brasília, e no segundo semestre, foi a vez de Salvador e Fortaleza. Até o final de 2011, o sinal digital será obrigatório em todas as capitais brasileiras. Espera-se que, até 2013, emissoras de todas as cidades do país sejam obrigadas a enviar o sinal digital. Entretanto, somente em 2016 é que o sinal analógico deverá sair do ar. Nessa ocasião, quem não possuir um televisor com a nova tecnologia embarcada ou um conversor digital (*Set-top Box*), não conseguirá mais assistir TV. Sendo o padrão Japonês,

chamado de *Integrated services digital broadcasting* (ISDB), utilizado como modelo de transmissão terrestre (ISDB-T), e adaptado para o sistema de TV brasileiro, é importante salientar que é um serviço. E, sobre ele, esclarece Bolaño e Brittos que:

Derivado do padrão europeu, usando a mesma modulação, foi desenvolvido pelo governo japonês, em cooperação com as empresas Mitsubishi, LG, Toyota, Sega e Semp Toshiba, tendo sido homologado em 1999. Uma das motivações para sua criação foi atender à demanda por recepção móvel, um de seus principais méritos. Com alta qualidade, funciona muito bem em qualquer terreno e é considerado o mais avançado, pela capacidade de englobar diversas mudanças de serviços, tendo como desvantagem o alto preço do receptor. Três tipos de sistemas foram desenvolvidos para compor a plataforma ISDB: ISDB-S (satélite), ISDB-C (cabos) e ISDB-T (terrestre) (BOLAÑO & BRITTOS, 2007:99).

Ainda, segundo a ANATEL, para os anos de 2007 e 2008, as transmissões da TV digital no Brasil seguiram conforme o cronograma de digitalização gradual; em ordem de sequência de implantação iniciado na região metropolitana de São Paulo em 2 de dezembro de 2007, seguida da cidade carioca do Rio de Janeiro, que teve início no dia 20 de abril de 2008, bem como na capital mineira de Belo Horizonte em 25 de abril de 2008. Já no final do primeiro semestre de 2008, o sinal pôde ser transmitido na cidade de Porto Alegre e Florianópolis, onde a RBS TV, rede local afiliada da TV Globo, se destaca como pioneira na experimentação digital em circuito fechado realizado em novembro de 2007. Desde julho de 2008 começou a operar de forma comercial o sinal digital nas cidades de Brasília, Fortaleza, Rio de Janeiro e Salvador.

A Criança Analógica e o Adulto Digital: Impactos na RBS TU Porto Alegre

A TV digital de alta definição, em canal aberto, já está próxima dos gaúchos. A RBS TV começou a transmitir o sinal digitalizado a partir de 2008. A emissora realizou testes na segunda semana de novembro de 2007 com uma transmissão em circuito fechado, no estúdio em Porto Alegre, do programa mais assistido pelos gaúchos durante o horário do meio-dia: o *Jornal do Almoço*. Assim, pode-se conferir a mesma cena em duas eras tecnológicas distintas: A analógica (TV convencional) e a digital (TV de alta definição). As apresentadoras do programa foram filmadas em uma TV de alta definição, captadas por uma câmera preparada para esse padrão. A diferença entre as duas imagens era muito maior do que se imaginava. Os detalhes, o colorido da cenografia, as roupas e o rosto das jornalistas ficaram mais vivos, como se o telespectador estivesse acompanhando o programa na frente das próprias apresentadoras.

Verificou-se que os cenários atuais terão de ser reformulados porque muda a proporção da tela. Os televisores analógicos focam uma cena mais quadrada, já que são retangulares. Os digitais, horizontalizados, mostram mais as laterais. Apresentadores também não poderão vestir determinados tipos de tecidos, porque partes amassadas ficam salientes. As novidades não ficam restritas aos estúdios, diretores e técnicos de transmissões externas já estudam a nova linguagem. Num jogo de futebol, por exemplo, atualmente são necessárias três câmeras para enquadrar todo o gramado de uma única vez. Na TV de alta definição, uma câmera capta de uma goleira a outra. Com tanta definição e qualidade na tela, pode ser necessário usar um recurso tecnológico para suavizar marcas e traços. Como um *Photoshop* (programa de computador para manipular imagens) em tempo real, que altera o tom da pele, escondendo rugas e poros. Cuidados na iluminação e maquiagem também entram como aliados para a imagem ficar homogênea frente a tanta tecnologia. E há o som, que saltará do padrão mono direto para cinco canais, como um *Home Theater*. “Esta mudança deverá valer a pena, porque o telespectador receberá som e imagem digital de melhor qualidade.”⁴

As tecnologias utilizadas para a TV digital e o impacto sobre a RBS TV, seus conceitos tecnoestruturais, tecnoestéticos, produção, distribuição e qualidade de sinal inserem-se agora ao estudo da concorrência e das estratégias de mercado. Estas seguem o novo modelo de negócios a partir do início das transmissões digitais no Brasil, tendo como eixo norteador os estudos da Economia Política da Comunicação em que a digitalização e seu impacto nas emissoras de TV aberta regional, como a RBS TV, remetem ao que os pesquisadores ingleses, citados por Rebouças (2005:65), se referem em relação a quatro pontos marcantes, que distinguem o estudo das políticas, da democratização dos meios, das estratégias da comunicação e do ambiente econômico como:

Outro encaminhamento dado pelos pesquisadores ingleses é que há quatro pontos marcantes para a distinção entre o estudo das políticas e estratégias no campo das comunicações e a abordagem economicista: primeiramente, a área dos sistemas de comunicações é holística; em segundo lugar, é histórica; em terceiro, é direcionada para o equilíbrio entre o setor privado e a intervenção do Estado.

⁴ Disponível em:

<<http://www.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default.jsp?uf=1&local=1§ion=Economia&newsID=a1690596.xml>>.

No dia 2 de junho de 2008, foi entrevistado o coordenador de programação da emissora RBS TV Porto Alegre, Roberto Simões, que esclareceu assuntos referentes ao impacto digital na RBS TV e as mudanças nos processos de gestão e produção midiáticas na qual terá de se consolidar no mercado de TV local. Segundo o entrevistado, desde o final de 2008 a RBS TV deu início à transmissão do sinal digital funcionando como programação nacional, pela rede Globo. Segundo o site de notícias da TV Globo sobre a TV Digital⁵, a transmissão local começou a ser liberada, no Rio Grande do Sul, a partir do dia 4 de novembro de 2008, pelo canal 34 em UHF. Além da capital gaúcha, outras cidades da grande Porto Alegre se beneficiaram da nova tecnologia. A RBS TV Porto Alegre passou por uma transformação para entrar na era digital. Alguns departamentos foram duplicados, para continuar atendendo a transmissão analógica (que ficará no ar até 2016) e agregar a programação digitalizada. Agora há, por exemplo, dois parques de transmissão, com dois transmissores e duas antenas instaladas no alto da torre de 105 metros no Morro da Polícia, na capital do Rio Grande do Sul. A área de cobertura do sinal digitalizado é praticamente o mesmo do sinal analógico. Por isso, já, neste mesmo ano, passou a transmitir programas digitalizados em HD, como os telejornais Bom Dia Rio Grande, Jornal do Almoço, RBS Notícias e Tele Domingo. De resto, continuou a transmissão digital da programação nacional através da rede Globo, que começou a enviar o sinal via satélite.

Dentro do prazo estabelecido pelo governo, que se estende até 2016, a emissora visitada deverá realizar negociações com fornecedores de equipamentos digitais e de obras, para adequar-se ao sistema digital como a compra de um novo transmissor digital que segue todo um cronograma exigido pela fábrica do produto. Em virtude disso, a emissora ficará na dependência de terceiros para o estabelecimento de prazos que sigam o processo de digitalização de seu aparato tecnológico. A RBS planeja, desta forma, estabelecer um mês limite para o cumprimento de cada etapa do ciclo de digitalização, que exige compras de câmeras, obras e que depende também da demanda de equipamentos digitais. Nisto se observa um mesmo fornecedor vendendo seus produtos digitais para várias emissoras ao mesmo tempo. O prazo que a RBS RS teve para se digitalizar foi a partir de 2008, mais especificamente, desde o dia 4 de novembro, quando começou a transmitir seus próprios

⁵ Disponível em:

<http://www.tvglobodigital.com/noticias/ler/geral/antenas_da_r_b_s_t_v_comecam_a_transmitir_o_sinal_digital_em_porto_alegre/58>.

conteúdos locais. Dentro desse mês buscou cumprir a data limite restrita a cada mês, a fim de alcançar os resultados de mercado esperados.

Em relação ao padrão de transmissão digital Simões explica que a Rede Globo não segue nenhum por enquanto. Preocupa-se, a princípio, em atender todas as mídias com padrões como o HDTV, XDCAM no qual cada formato, por enquanto, é um tipo diferente de sistema de transmissão digital que a emissora deve aceitar durante este período nebuloso, reitera Simões. Isso porque não se tem um formato digital padrão ainda. Hoje, a RBS tem um padrão analógico, o Beta SP da Sony. Já, para a nova tecnologia digital deverá ser usado o MPEG-4, um dos *softwares* desenvolvidos pelo Ginga, além de outros formatos digitais de transmissão.

Em breve a Rede Globo deverá se adequar a um único formato de transmissão digital em que a RBS TV deverá se adaptar. Como a RBS TV recebe atualmente o sinal analógico da Sony, espera-se, com isso, que esta emissora siga a mesma linha para a TV digital, ou seja, apenas um formato para HD se estendendo até 2016, junto com o sinal analógico Beta SP já existente, o qual deverá ser ainda exibido.

A ordem de prioridade de digitalização da RBS TV Porto Alegre e suas emissoras redes localizadas nas cidades do interior gaúcho poderão se antecipar para 2012 porque todos os testes feitos pela RBS TV, do sinal digital em circuito fechado, foram executados para aplicá-los, também, nas suas emissoras do interior do RS. Assim, Porto Alegre inicia a transmissão digital conforme a prioridade das capitais e, posteriormente, cidades do interior como Caxias do Sul, Santa Maria e Pelotas. Após, para emissoras locais menores, até chegar às cidades de Rio Grande, Uruguaiana e Cruz Alta, que são as emissoras com menor número de habitantes.

Outra questão importante destacada por Simões refere-se ao Anseg, que é o sinal de transmissão para celular. O governo decidiu que poderá ser o mesmo sinal da TV aberta: o Beta SP da Sony. Assim, a evolução de conteúdo midiático irá praticamente triplicar, podendo ter várias opções de conteúdo, principalmente o conteúdo de celular, que deverá ser diferenciado, pois o sinal da Anseg poderá ser acessado em MP3 Player, a exemplo de um telefone celular que a empresa de telefonia móvel VIVO está comercializando no mercado, o qual já vem embutido de um transmissor de sinal digital. Isso quer dizer que os meios ficarão cada vez mais móveis para o usuário. A RBS TV terá de se adaptar também a esses meios como programação direcionada para esse tipo de consumidor. Por enquanto, este assunto está em *off* devendo, portanto, ser discutido para mais adiante. Isso porque ele

depende do tipo de programação, e de quem é o usuário do celular. Pois o usuário desta mídia não é o mesmo que o da TV aberta. Muito menos o da TV aberta é o mesmo que o da *internet*, como não é o mesmo usuário do rádio, etc. Assim, a emissora gaúcha deverá traçar um perfil de público para a TV digital se quiser saber que programação e que público quer atingir. Tudo isso, naturalmente, realizado com pesquisas de nicho e mercado.

Segundo o coordenador de programação da emissora, a interatividade deverá ser o principal polo da TV digital, pois os japoneses criaram vários meios de interação, para que a TV tenha um retorno do usuário de uma maneira mais efetiva. O que se percebe hoje, no Brasil, é o modelo de usuário passivo. A partir da *internet* se desenvolveu um usuário mais interativo. E essa interatividade vai hibridizando outros meios como o rádio, a TV e o celular. A RBS segue exatamente o modo interativo do japonês. Por ser também muito ousado. Simões segue nesse raciocínio destacando que o povo brasileiro buscará, também, essa interatividade com os meios midiáticos a exemplo do que acontece com a *internet*. Desta forma, destaca que tudo que se fizer no sistema digital em TV aberta, deverá ser baseado muito na interação com o público, principalmente nas mídias alternativas como o celular, a TV portátil e/ou computador. O entrevistado percebe que o usuário brasileiro irá em busca da interação, justamente por ser esta a forma em que a RBS TV digital deverá se adequar, ou seja, ter um público que possa interagir, em frações de segundos, com o programa exibido praticamente *on line*.

Quanto à compra de equipamentos digitais, Simões afirma que a emissora tem dinheiro para a troca de seus equipamentos analógicos pelos digitais sem a necessidade de financiamentos ou outra forma de endividamento posterior. Isso se deve ao fato de o governo estabelecer um prazo gradual para a digitalização das emissoras de TV aberta no Brasil. Deste modo, a RBS TV procurará adquirir estes equipamentos, aos poucos, conforme o parque tecnológico se solidifica até o ano de 2016. O grupo RBS, comenta Simões, faz um orçamento anual para a compra de equipamentos, a exemplo das grandes emissoras; como a Rede Globo. Mesmo não envolvendo a compra de equipamentos digitais, a RBS precisa atualizar seu parque tecnológico anualmente como qualquer empresa moderna. A emissora tem um valor “x” para gastar em equipamentos durante o ano. Como está em processo de mudanças para o sistema digital, ela não necessita mais comprar equipamentos analógicos. Desta forma, parte, então, para a compra de equipamentos digitais. Além disso, aproveita o dinheiro para a manutenção dos

equipamentos analógicos, bem como para a compra de mais equipamentos digitais. Dentro do cronograma gradual de digitalização, conforme estipulado pelo governo, a RBS TV conseguirá se digitalizar, por completo, sem endividar-se. Por mais que os equipamentos digitais sejam muito caros, destaca-se que o governo oferece subsídio de imposto, a fim de que facilite o planejamento das emissoras para a compra de equipamentos digitais dentro desse processo que se encaminha até 2016.

Finalmente, quanto ao treinamento de funcionários para se adaptarem à nova tecnologia digital, Simões conclui que a Rede Globo possui vínculo de trabalho com a Universidade Mackenzie, que é a principal detentora dos estudos que envolvem a TV digital no Brasil. Deste modo, a Rede Globo conta com uma equipe formada por quarenta e cinco funcionários envolvidos com tudo que diz respeito à TV digital. Portanto, os funcionários da RBS são treinados pela Rede Globo, no Rio de Janeiro, na sede da emissora. Como também na regional em Porto Alegre. Este constante contato entre a emissora nacional e local deve-se ao fato de esta ser a única emissora a produzir programas com equipamentos próprios. O que coloca a RBS TV como a emissora local que mais se assemelha ao modo do fazer televisivo da Rede Globo.

Considerações Finais

A TV digital terrestre, no Brasil, deu começo a um novo ciclo do audiovisual, o qual envolve a modernização de todo o sistema de transmissão. As tecnologias utilizadas para a TV digital e o impacto sobre a RBS TV Rio Grande do Sul, seus conceitos tecnoestruturais, tecnoestéticos, produção, distribuição, comercialização e qualidade de sinal, se inserem, agora, ao estudo da concorrência e das estratégias de mercado. Estas seguem o novo modelo de negócios a partir do início das transmissões digitais no Brasil. A transmissão local da RBS TV começou a ser liberada desde o dia 4 de novembro de 2008, na cidade de Porto Alegre. Já para a nova tecnologia digital, a emissora local sul-riograndense deverá usar o MPEG-4, um dos *softwares* desenvolvidos pelo Ginga, além de outros formatos digitais de transmissão até sua total digitalização.

Além disso, é importante destacar que tudo o que se fizer em sistema digital em TV aberta deverá ser baseado muito na interação com o público. Isso pelo fato de o usuário brasileiro sempre ir em busca de interação e é exatamente este o formato que a RBS TV digital deverá se adequar, ou seja, com um público em que possa interagir com o programa exibido. Sabe-se, portanto, que a RBS TV tem dinheiro para a troca de equipamentos

analógicos pelos digitais e sem a necessidade de financiamentos ou de outra forma de endividamento posterior. O que facilita a compra gradativa destes produtos digitais pela emissora gaúcha. E como não terá de comprar produtos analógicos nem gastará na sua manutenção, aplicará este dinheiro na compra dos digitais conforme o orçamento anual que a emissora realiza. Por fim, pode-se perceber uma ligação muito próxima da Rede Globo com sua afiliada local RBS TV, pois em quanto uma dá suporte ao treinamento dos funcionários, como, também, no tipo de *software* a ser usado para a transmissão de conteúdos midiáticos, a outra, a emissora local, se adapta à padronização da nacional.

Referências Bibliográficas

ALBE, Jussania. Novos atributos para a área de Relações Públicas frente à comunicação eletrônica organizacional. In: BRITTOS, Valério (Org.). **Comunicação na fase da multiplicidade da oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006. p. 167-178.

BOLAÑO, César. Mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Orgs.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005. p. 19-34.

BOLAÑO, César. Comunicação, poder e ideologia no capitalismo de hoje: uma teoria da televisão à luz do caso brasileiro. In: BRITTOS, Valério (Org.). **Comunicação na fase da multiplicidade da oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006. p. 47-67.

BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007, p. 58/59.

BOLAÑO, César; BARROS, Chalini. “Digitalização e movimentos recentes na TV segmentada brasileira” – Artigo Científico apresentado no VII Simpósio Regional de Pesquisa em Comunicação da Região Nordeste (SIPEC/NE), Natal/RN, de 1 a 3 de abril de 2005. In: **Comunicação, mídia e consumo/ Escola Superior de Propaganda e Marketing**. V.2, n.5. (novembro de 2005) – São Paulo: ESPM, 2005. P.11-29.

BRITTOS, Valério. Televisão, concentração e concorrência no capitalismo contemporâneo. In: BRITTOS, Valério (Org.). **Comunicação na fase da multiplicidade da oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006. p. 21-46.

CLICRBS. **TV digital**: Porto Alegre entra na nova era em 2008. RBS TV já realiza testes em circuito fechado. Caderno ZH de economia. Seção de Tecnologia. Matéria editada em 01/12/2007 às 02h 50min. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default.jsp?uf=1&local=1§ion=Economia&newsID=a1690596.xml>>. Acesso em: 5 de maio de 2008.

FERRARI, Vincenzo. **Democracia e informação no final do século XX**. IN: *Informação e democracia*. Rio de Janeiro: UERJ, 2000, p. 163-209.

FILHO, Francisco Machado. **TV Digital**: Uma nova mídia e um novo modo de recepção em uma sociedade em rede. Tese de mestrado apresentada no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Marília: Marília – SP, junho de 2006.

GINGA. **Middleware Aberto do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD)**. TV interativa. Disponível em: <<http://www.ginga.org.br/>>. Acesso em: 28 de Abr. 2008.

HERMAN, Edward; MCSHESNEY, Robert. **Los medios globales**: Los nuevos misioneros del capitalismo. Barcelona: Cátedra, 1999. p. 19. LASTRES, Helena; ALBAGLI, Sarita. **Informação e Globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p. 8.

KOOGAN/HOUAISS. **Enciclopédia e dicionário ilustrado**. 4. ed. Rio de Janeiro. Seifer, 1999.

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. **TV Digital Interativa**: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2005. 2ª edição. 160 p.

REBOUÇAS, Edgard. Estudos e práticas da economia (e da) política de comunicações na América Latina. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 2, n.5. nov. de 2005. p.65-89.

TELECO INFORMAÇÕES EM TELECOMUNICAÇÕES. **TV Digital no Mundo, América Latina e Brasil**. Seção: TV Digital. Disponível em <http://www.teleco.com.br/tvdigital_mundo.asp>. Acesso em 4 de maio de 2008.

TV DIGITAL sem segredos. **Revista Guia como se faz**, São Paulo, n. 1, p. 8-24, mar. 2008.

TV GLOBO. **Antenas da RBS TV começam a transmitir o sinal digital, em Porto Alegre**. Site TV Globo Digital. Seção de notícias. Disponível em: <http://www.tvglobodigital.com/noticias/ler/geral/antenas_da_r_b_s_t_v_comecam_a_transmitir_o_sinal_digital_em_porto_alegre/58>. Acesso em 7 de novembro de 2010

ZUFFO, Marcelo Knörich. **TV Digital Aberta no Brasil: Políticas Estruturais para um Modelo Nacional**. Departamento de engenharia de sistemas eletrônicos – Universidade de São Paulo. Disponível em: <http://www.lsi.usp.br/interativos/nem/tv_digital.pdf>. Acesso em: 4 de maio de 2008.