

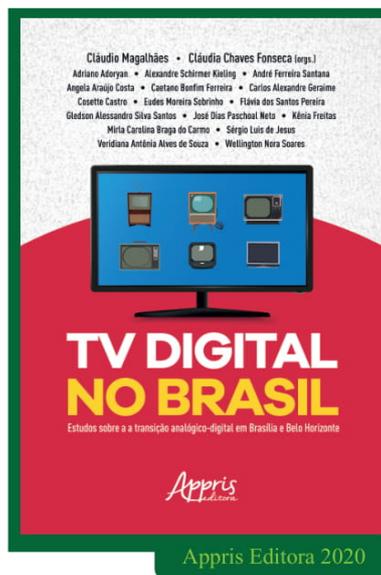
# TV DIGITAL NO BRASIL: ESTUDOS SOBRE A TRANSIÇÃO ANALÓGICO-DIGITAL EM BRASÍLIA E BELO HORIZONTE

Por Fernando Carlos Moura<sup>1</sup>

*Livro analisa a transição, disponibiliza um glossário de termos técnicos e fornece uma síntese da legislação do setor que ajuda ao leitor a entender a política pública*

Analisar uma resenha sobre os estudos realizados na transição analógico-digital da TV em Brasília e Belo Horizonte é um processo criativo e de imersão interessante para um estrangeiro que estuda o fenômeno no país desde a sua chegada em 2010. A verdade a imersão se torna um desafio, porque além de entender o que foi feito e como foi conduzido exige dar um passo atrás e entender o processo da TV brasileira desde a sua criação.

Estamos em uma época especial, de fato, em setembro de 1950, a aventura de Assis Chateaubriand, presidente dos Diários Associados, primeiro conglomerado de mídia brasileiro, lançava a TV no país, um lançamento esdrúxulo, com um planejamento complexo e por vezes duvidoso, mas que inaugurou em São Paulo TV Tupi, o canal 3, um canal que ainda não tinha legislação, outorga, que chegava a um punhado de pessoas mas que iniciou o caminho para nosso panorama atual. O Brasil em o maior conglomerado de mídia familiar do mundo, o Grupo Globo, e ele está entre as 20 maiores empresas de mídia e entretenimento do planeta, com uma viragem na segunda década



do século XXI, visando ser uma “Tech company”.

De fato as mais de duas décadas que se passaram desde os primeiros estudos do padrão de TV Digital aos primeiros apagões digitais, tiveram, como esta explicito no livro centenas de pesquisadores, professores, bolsistas, alunos e broadcasters envolvidos no processo de mudança não só tecnológica, mas também cultural já que parece-me evidente que a TV Digital é uma mudança de consumo cultural, um habitus diferente de consumo. (MOURA, 2017).

No Prefácio escrito pelo Prof.

Fernando Garcia Moreira, presidente da ABTU fica clara a mensagem, "A TV Digital Brasileira está morta, mas o defunto goza de boa saúde", afirmação com a que concordo, e ainda reafirmo, já que em um momento onde o consumo audiovisual por streaming aumenta exponencialmente e com ele a quantidade de plataformas de oferta, a TV aberta se mostrou relevante em tempos de pandemia. Como já escrevi em alguns artigos científicos, "a produção se transformou em um grande storytelling que abrange todos os aspectos do audiovisual contemporâneo". Ainda, na última década, com a chegada da Revolução 4.0, mudou, basicamente, a forma de produção, distribuição e consumo de TV. Toda a cadeia de produção da indústria audiovisual se transformou, ou se encontra no processo. Passamos de uma experiência de consumo em grupo, coletiva, para uma experiência cada vez mais individual e solitária. Tema que dalguma forma é abordado por Caetano Bonfim Ferreira, Gledson Alessandro Silva Santos e Sérgio Luis de Jesus em “Para quê, se estou na internet? a percepção dos jovens na transição para a TV digital”.

<sup>1</sup> | Prof. Doutor Fernando Carlos Moura é jornalista, professor do curso de Design Digital, e de Publicidade e Propaganda da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC) e pesquisador do Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ), Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa (UNL), e membro do Observatório Brasileiro de Televisão Digital e Convergência Tecnológica (OBTED/USP). Desde 2013 é editor-chefe da Revista da SET (Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão). Contato: fernandocarlosmoura@gmail.com fernando.moura@set.org.br

Nos dois primeiros trabalhos do livro, “Mais de uma década depois, a TV Digital ainda é a TV do “pode” de Cláudio Magalhães e José Dias Paschoal Neto, e em “TV Digital e a ilusão da interatividade”, produzido por André Ferreira Santana, Carlos Alexandre G. de Souza, Cláudio Magalhães, José Dias Paschoal Neto. Nos textos se analisa a política pública, a escolha do middleware que sustenta o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) e se vislumbram alguns dos motivos pelo qual a interatividade não se concretizou, com detalhe para Rio Verde/GO, primeiro município do país totalmente digitalizado. Os pesquisadores explicam de forma certa o processo errático de desligamento e narram mediante estudos de caso o acontecido entrelaçando as políticas públicas com as histórias de vida e o processo de digitalização. Nesse ponto, destaque para o conceito de TV Híbrida (Hybridcast) no caso japonês, e o que poderia ter sido uma opção no país; situação que parece estar mudando no país com a aprovação e início de implantação do Perfil D do Ginga que é uma evolução do NCL/Lua que incorpora o HTML5 com um novo componente no Ginga Common Core, denominado Ginga-CC Webservices, que permitirá ter um formato de televisão aberta conhecido como DTV Play ou TV 2.5, um formato que mesmo não seja chancelado pelo Fórum SBTVD e as emissoras, é o caminho para uma TV híbrida, ainda com pouca

Interatividade, mas já com alguma interação.

No texto “Cotidianidade digital: reconfigurações das mediações pela televisão”, Alexandre Schirmer Kieling e Kênia Cardoso Vilaça de Freitas, os pesquisadores afirmam que “a ritualidade do tempo da TV, que se organiza na grade de programação e na hierarquia dos gêneros (telenovelas, telejornais e programas de auditório) e organiza o tempo social do telespectador, agora se intercala com o tempo virtual, o tempo de atualização do presente”. Isso porque de fato o consumo audiovisual sofreu transformações significativas, tantas que passamos de um consumo unicast (um sinal) para um multicast (vários sinais ao mesmo tempo). Ou seja, podemos assistir simultaneamente em diferentes plataformas, e diferentes espaços, e de formas complementares. A atenção parece ser compartilhada em vários dispositivos, suportes ou plataformas, hoje precisamos entender que o que importa é onde o (tel)espectador assiste aos conteúdos, entendendo que nele coabitaram serviços de TV aberta, TV paga e plataformas de OTT.

Aqui o que muda, como referido cima, é o habitus de consumo. TV na sala, como as novas formas de entrega de vídeo por streaming para diferentes dispositivos, sejam fixos ou móveis, um habitus (BOURDIEU, 1972), uma forma de olhar para o dispositivo (MOURA, 2017).

O habitus funciona como uma práxis. Nela muda o conceito de emissor e receptor, porque o sinal já não é linear, quando este segue uma sequência espaço temporal definida pelo programador, ou seja, a emissora, e avança para uma forma de olhar não linear, onde o usuário escolhe onde, como e quando assistir a um determinado conteúdo. Por isso, e porque a forma de consumir conteúdos audiovisuais está em uma etapa de transição e mudança de hábitos, (MOURA, 2017, p. 22).

A professora Cosette Castro no artigo “Televisão pública digital como espaço cidadão em tempo de privatizações: o caso do Brasil 4D no Distrito Federal”, explica o estudo e o projeto que mostra como as políticas públicas sem recursos governamentais sofrem percalços e perdem transcendência, mas que se são realizadas, criam ferramentas para o desenvolvimento social. “Os testes de campo comprovaram a viabilidade do Projeto para levar informação, formação, educação e entretenimento, assim como inclusão social e digital às famílias de baixa renda no Brasil e na América Latina”, afirma Cosette.

Adriano Adoryan, Gerente Executivo de Sistemas de Informação e Comunicação da EBC analisa “A transição da TV digital e seus impactos na audiência da TV Brasil”, e explica o caminho percorrido pela emissora em anos de transformação digital e deixando claro que a qualidade

da TV não pode ser dimensionada pela audiência, e nesse ponto, quem escreve iria mais longe, o Serviço Público de Televisão não pode ser pensado dessa forma, de fato, se o seu objetivo principal é o de maximizar a quantidade de telespectadores e desta forma aumentar os rendimentos através da publicidade é uma TV comercial, mas se caracteriza-se por uma gestão estatal com uma programação que complementar as necessidades e os desejos do público, ele é Serviço Público de Televisão (Moura, 2010).

No artigo “A experiência de Belo Horizonte as pesquisas do núcleo de estudos da realidade digital e os 7%? A percepção das famílias carentes de uma comunidade de Betim/MG a respeito da transição da TV analógica para a TV digital”, Eudes Moreira Sobrinho e Wellington Nora Soares, os autores analisam os dados e estatísticas e afirmam que a percentagem é “da parte mais pobre da população”. E, ao contrário do que se esperava da chegada da TV Digital que era “inclusão social”, ela gerou exclusão digital.

No caminho da possível inclusão gerada pela política pública, Angela Araújo Costa e Veridiana Antônia Alves de Souza descrevem em “Mostra que eu escuto: a perspectiva da TV digital para os surdos e seus educadores”, como é viver e assistir sendo surdo.

Em termos de educação, e novamente focando em habitus de consumo audiovisual, Flávia dos Santos Peres, analisou em

“Creche digital? a percepção de educadores e crianças sobre a TV digital”, se a transição analógico-digital da TV poderia impactar este setor, e afirma que “a TV ocupa um espaço de evidência na vida dessas crianças” e “na maioria das casas, um elo entre as famílias, pois, muitas vezes, o momento que passam juntas é diante de uma TV”, motivo pelo qual, “as novas tecnologias, no caso específico da pesquisa, a tecnologia em forma de sinal de TV, alinhadas a uma boa proposta pedagógica, são de grande importância para a aprendizagem”.

Olhando para o outro extremo da vida, Mirla Carolina Braga do Carmo, analisa em “De quem realmente acompanhou a evolução: a percepção do idoso a respeito da transição da TV analógica para a TV digital”, como é a relação de consumo desta faixa etária e conclui que os idosos sentem prazer “em participar das questões evolucionárias que o mundo proporciona”.

No “Posfácio: TV Digital ginga, mas em ritmo de bolero”, escrito por Alzimar Ramalho e Neuza Meller, os autores retomam o middleware e analisam o Ginga, as suas vantagens e desvantagens e perguntam-se: “Sem as ações de interatividade e multiprogramação integradas, a TV Digital pode não passar de um DVD em casa. É a principal potencialidade do modelo nipon-brasileiro e não é possível que mais uma vez uma evolução tecnológica dessa envergadura

se submeta a interesses internacionais e não tenha o apoio necessário para sua concretização”. Talvez, o DTV Play, resolvesse esse impasse, mas hoje é difícil ter certezas, porque além de tecnologia, trata-se de modelo de monetização.

## REFERÊNCIAS

MOURA, F (2019, Janeiro/Febrero) Cultura maker começa a mudar hábitos de consumo audiovisual. Revista da SET, N 182, pág. 12-26

\_\_\_\_\_. (2018, Setembro/Octubre) Globo anuncia integração de broadcast e broadband na TV dos brasileiros. Revista da SET, N 180, pág. 14-17,

\_\_\_\_\_. (2017) TV Brasileira: novo século, novos modelos de negócio. Revista GEMInIS, São Carlos, UFSCar, v. 8, n. 2, pp.16-31, mai. / ago. 2017.

\_\_\_\_\_. (2016, fevereiro) TV Everywhere: La diversificación de la oferta de TV por suscripción. Revista PRODU, Miami, p.16-18.

\_\_\_\_\_.(2010) A construção da identidade de uma comunidade imigrante portuguesa na Argentina (Escobar) e a comunicação social. (Tese de doutoramento não publicada) Universidade Nova de Lisboa