Enfim, o noivado?

Teles celulares e TVs abertas começam a ensaiar o discurso inevitável: o de que terão que caminhar juntas no mundo da TV digital móvel. Ambas têm a ganhar. Falta aparar as (muitas) arestas.

Um dos aspectos mais nebulosos da novela da TV digital é como será a tal da TV móvel. A mobilidade, recorde-se, é uma das principais reivindicações dos radiodifusores, ao lado da alta definição. Por outro lado, mobilidade é, tradicionalmente, a praia das empresas de telefonia celular.

O tema foi tratado na quinta edição do encontro TELA VIVA Móvel, realizado por esta publicação em conjunto com a revista TELETIME, no começo de maio. Colocados frente a frente, os dois setores não conseguiram esconder divergências, mas a conclusão final foi de que, invariavelmente, ambos terão que trabalhar juntos para que a mobilidade seja uma realidade para a TV e para que a televisão seja uma realidade para a indústria de celulares. Não se trata de colocar panos quentes. É uma questão de negócio,conclusão óbvia de quem vive a experiência na prática. Na Coréia do Sul, por exemplo, TV digital móvel é uma realidade comercial. Young Sin An, diretor de desenvolvimento e estratégia da KTF, a segunda maior operadora de telecomunicações daquele país, participou do evento, e expôs um quadro claro da realidade enfrentada em seu país. Lá, as teles precisam dos conteúdos da TV aberta para viabilizar seus serviços de TV móvel."As pessoas preferem ver o que já conhecem" disse. Por outro lado, as emissoras de televisão não conseguem pagar os investimentos em mobilidade apenas com a receita publicitária."As TVs pediram para cobrar parcialmente pelos sinais da TV digital móvel, mas depois de um longo dilema,o governo não permitiu"explicou An, da KTF.

"A nossa visão, e acredito que a de outras empresas de telefonia celular, é o de que se um de nós ficar dono da praia toda, não vai funcionar"diz Marcelo Pereira, diretor de regulamentação da Claro."Não somos contra a TV digital móvel gratuita.Vendemos celular pré-pago, conhecemos a limitação de renda do Brasil, mas sabemos que existem oportunidades para as duas partes nesse mercado"completa.

Para Roberto Franco, diretor de tecnologia do SBT e presidente da Sociedade de Engenharia e Televisão (SET),"o radiodifusor não precisa ser dono do canal de retorno. Existem redes mais capacitadas e capilarizadas para isso"E acrescentou mais um ponto em que as emissoras precisarão da ajuda das teles:"os radiodifusores não têm a expertise para fazer billing, atendimento ao cliente etc"

Então, existem estas duas aparentes verdade: 1) o conteúdo da TV aberta e a força das marcas já conhecidas do público é importante para fazer a TV digital móvel decolar e; 2) o modelo inteiramente gratuito talvez não viabilize a mobilidade da TV digital aberta, como já se vê em modelos como o coreano, ainda que lá a tecnologia de transmissão (T-DMB) seja mais dispendiosa para o radiodifusor, pois é baseada em uma arquitetura celularizada. Além disso, acreditar que a TV aberta não vai buscar outras fontes de receitas no mundo digital é ingenuidade. Ela poderá, e certamente buscará, ter uma parcela do tráfego que suas marcas gerarem nas redes de telefonia móvel, como inclusive já acontece hoje. Basta ver

"Celulares serão só metade da base de receptores de TV movei."

Roberto Franco, do SBT

a promoção da TV Globo pra a Copa do Mundo, que estimula o telespectador a enviar um SMS de R$ 4 e, apesar do preço salgado, já é considerada pelas próprias teles a maior promoção com o uso de celular no Brasil em todos os tempos.

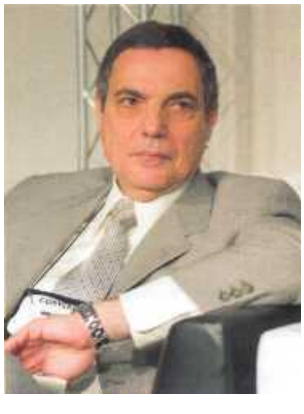
"Se não houver essa aproximação, o grande risco é que não tenhamos TV digital móvel"diz Marcelo Pereira. Fiamma Zarife, gerente de serviços de valor agregado da Oi, concorda que um modelo híbrido, em que se ofereça tanto um produto gratuito quanto um produto pago, é possível e é sobre isso que as empresas devem começar a se debruçar agora."Vejo muito clima de Fla-Flu nessa história, mas acho que agora temos que buscar as soluções conjuntas"

Água e óleo

Mas não é fácil fazer água e óleo se misturarem. Primeiro, porque cada um vai tentar ganhar mais espaço sobre o outro. Depois, porque a operacionalização da TV digital móvel não é algo trivial.

São vários os desafios: desde a forma de fazer com que o terminal chegue aos usuários de forma barata, passando pela adaptação do sinal aberto para que ele seja transmitido para terminais portáveis, inclusão de informações e códigos que permitam interatividade,adaptação desses códigos para que sejam "interpretados" por todos os tipos de aparelho (no mundo celular, não existe padronização de plataformas), negociação dos acordos de uso de rede para o canal de retorno,acordos e operacionalização de billing, números únicos etc. Enfim, todas as dificuldades que existem hoje para qualquer aplicação de telefonia celular se reproduzirão, em menor ou maior grau dependendo da complexidade do que for oferecido.

Claro que o radiodifusor pode



"A tele só subsidia o celular se tiver um objetivo."

Fiamma Zarife, da Oi

simplesmente transmitir o sinal na faixa de UHF e torcer para que ele seja facilmente captado por qualquer aparelho com um chip integrado. Mas quem vai fabricar esse aparelho? A que preço?

Para Moris Arditti, diretor de desenvolvimento de negócios da Gradiente, não haverá apenas um tipo de aparelho para receber o sinal de TV móvel. Haverá o celular que receberá sinais de TV, haverá aparelhos móveis dedicados apenas à TV, haverá apenas o celular."O importante é perceber que a mobilidade mudará a nossa vida. Será uma das coisas mais revolucionárias que já apareceram. Em dez anos, estimamos que haverá no Brasil 100 milhões de aparelhos com TV digital móvel"

Marcelo Pereira acredita que o subsídio que as teles hoje praticam para os handsets serão fundamentais também para os aparelhos que receberão sinais de TV digital móvel. Fiamma Zarife concorda que o modelo subsidiado será necessário,desde que seguidos os mesmos princípios hoje adotados em celulares de recursos avançados."Hoje uma tele só subsidia um handset se tiver um objetivo, se a estratégia agregar algum valor, e acho que isso continua valendo para a TV móvel'.'

Roberto Franco não acha que os telefones celulares serão a única forma de viabilizara mobilidade."Há uma infinidade de aparelhos que incorporarão a tecnologia. Hoje, por exemplo, as pessoas passam em média três horas no trânsito por dia. Esse é um mercado que interessa as emissoras de televisão. Acho que os handsets serão menos

"A mobilidade da TV será uma das coisas mais revolucionárias que já aconteceram."

Moris Arditti, da Gradiente

da metade da base de terminais de TV móvel';

Além disso, o modelo japonês de TV digital (ISDB-T), que provavelmente será utilizado no Brasil, pode dificultar um pouco a produção em larga escala de terminais que incorporem também tecnologia GSM (a de maior base no Brasil). "No Japão não há GSM. Hoje, não há um celular que seja GSM e, ao mesmo tempo, ISDB-T"comentou Moris Arditti. O executivo pondera que o grande desafio (e oportunidade) do Brasil será desenvolver aparelhos híbridos GSM/ISDB-T."Isso ainda não existe e podemos ser os primeiros a desenvolver a tecnologia"

Sem planejamento

Outro ponto crítico é o planejamento para os novos serviços, como lembra Adalberto Vianna, consultor de empresas e ex-executivo da Globosat, Net Brasil, Sky e Americel (hoje Claro)."É preciso que se tenha claro que não há ninguém trabalhando no desenvolvimento de um produto adequado para a TV digital móvel.Todos estão trabalhando apenas para preservar seus espaços" Para ele, assim como acontece em qualquer nova tecnologia, se não houver investimento em inteligência de produto, não será fácil conquistar clientes ou receitas com a mobilidade. "A TV por assinatura se viabilizou com conteúdos diferenciados e que foram desenvolvidos fora da atividade normal das empresas de mídia que investiam nisso"lembra Vianna."Além disso, a classe que tem mais condições de consumir TV móvel, que terá dinheiro para comprar aparelhos, é justamente a que tem mais acesso a informações por outros meios, e que passa menos horas por dia no trânsito"

A questão da produção de conteúdos colocada por Adalberto Vianna como pré-requisito para que a TV digital móvel se viabilize é

polêmica. Na Coréia, onde há uma experiência real de exploração desse mercado pelas teles, o conteúdo da TV aberta é o de mais forte apelo.Outros exemplos de serviços de TV digital móvel pelo mundo, segundo Roberto Franco, chegaram à mesma conclusão. Mas só a TV aberta não basta para que todos ganhem.

"Existem oportunidades para as duas partes neste mercado."

Marcelo Pereira, da Claro

Por um lado, a produção de conteúdo demanda tempo e investimento, e as produtoras e empresas de radiodifusão podem não estar dispostas a assumir o risco de produzir e não ter canais para a distribuição dos produtos."As operadoras não vão investir na viabilização enquanto não houver garantia de conteúdo. Por outro lado, os produtores não vão gastar cerca de seis meses desenvolvendo o projeto de um programa sem garantias de que terão os meios para distribuí-lo"afirma Franco.

Ele diz que além da necessidade de meios para a distribuição, também é necessário que aconteça uma auto-regulação do mercado, na qual operadoras e radiodifusores encontrem o seu papel na TV digital móvel."Os participantes dessa cadeia precisam ter garantias de que quando esse mercado nascer e se desenvolver, todos terão acesso a ele de forma isonômica','diz.

Por fim, chega-se ao problema regulatório, sobre o qual muito já se falou. Não existe hoje um modelo claro sobre como as teles e as empresas de radiodifusão poderão se casar. Para as TVs, a simples transmissão móvel não representa nenhum problema legal, e por isso entendem que não há razão para mais espera. As teles, por sua vez, ainda não se sentem confortáveis com a situação atual. "Um modelo convergente realmente depende de uma proposta regulatória,ou de um esforço da indústria para se auto-regular'.'Na Coréia, o primeiro passo para a TV digital móvel, segundo Young Sin An, foi a revisão da Lei de Radiodifusão daquele país, o que aconteceu em 2004. No Brasil, o imbróglio é imenso. Mas é um assunto que cedo ou tarde terá que ser abordado.

Pode até ser que o clima de"Fla-Flu"a guerra aberta entre teles e TVs tenha começado a ganhar um jeitão de parceria. Mas em um ponto os dois setores ainda polemizam: os prazos para que isso aconteça. Roberto Franco é um dos maiores defensores de que a TV digital no Brasil comece a ser implantada rapidamente, para que a TV aberta não perca espaço e para que a maior parte da população brasileira, que só recebe informação e entretenimento pela TV, não seja privada das inovações tecnológicas. Pode parecer, na visão das teles, uma jogada da TV para defender a sua hegemonia."É lamentável que 80% da população tenha hoje a TV como principal forma de entretenimento e informação e que 40% só tenham a TV como forma de se informar. Isso não é bom. Nosso negócio é conteúdo, e conteúdo depende de cultura. Mas é a nossa realidade e não podemos deixar de considerá-la"diz Franco. Já as teles celulares ainda acham que o melhor é discutir bem como será este processo de convergência . Sabem que até aqui a TV aberta tem mostrado maior poder de lobby e mesmo que as disputas daqui para frente sejam pelo maior quinão em uma parceria, ela continuará existindo."

CONVIVÊNCIA PROBLEMÁTICA

A KTF, segunda maior operadora de telecomunicações da Coréia, com 12,5 milhões de assinantes, experimenta, em seu país, a convivência de dois modelos de TV móvel: terrestre e por satélite. A primeira, uma iniciativa do governo e radiodifusores, oferece conteúdo da TV aberta e é gratuita; a segunda, operada pelas teles móveis, tem a melhor cobertura e oferece conteúdos pagos, mas debate-se com a dificuldade de retransmitir conteúdo da TV aberta, que tem a maior demanda dos consumidores.

O S-DMB (por satélite) foi o primeiro a ser lançado, impulsionado pelo setor privado e pelas operadoras móveis que enfrentavam o problema de desenvolvimento lento desse mercado."Os serviços móveis chegaram a 80% de penetração, por isso as operadoras tiveram que buscar fontes extras de receita';disse Young Sin An, diretor de desenvolvimento e estratégias da KTF.

O outro modelo, o T-DMB (terrestre), começou pouco depois, a partir de uma iniciativa do governo para o estabelecimento de padrões do serviço móvel e para desenvolver esse mercado com mais rapidez. O resultado, por ser um serviço gratuito,foi a adesão de 600 mil assinantes, enquanto o S-DMB, mais antigo, mas pago, parou nos 540 mil assinantes.

A TV móvel por satélite usa a freqüência de 2,5 GHz,enquanto o terrestre usa as faixas abertas de UHF, com velocidades maiores. Em janeiro de 2005, a Coréia resolveu seus problemas regulatórios com a nova tecnologia, licenciando 39 canais, sendo 12 de vídeo, 26 de áudio e um de dados. Em 2004 o Ministério das Comunicações já havia promulgado novas leis limitando os territórios dos radiodifusores e das operadoras nesse novo mercado, diz An.

O S-DMB custa US$ 30 para instalação mais uma taxa mensal, enquanto o T-DMB é gratuito, mas vive o paradoxo de arrecadar pouco em publicidade: US$ 100 mil mensais, que não cobrem as necessidades do serviço."A meta, para que o serviço pague os investimentos na rede para ter cobertura seriam US$ 50 milhões por ano"diz o executivo coreano.

No S-DMB as teles recebem 25% de participação dos provedores de serviços, mais a receita complementar dos canais de dados e serviços interativos. A cobertura entre os dois sistemas também é bastante diferente: o T-DMB opera apenas na região metropolitana de Seul e deve estender-se até o final do ano para outras capitais. Já o S-DMB cobre todo o país.

A previsão da KTF é contar com 8 milhões de assinantes usando os serviços de TV móvel até 2010, com conteúdos diferenciados e fazendo uso de novas tecnologias de redes para transmissão de vídeo como o MediaFLO e o DVB-H, prevê An.

Por conviver com dois serviços, existe uma disputa acirrada por assinantes e por conteúdo. As teles, segundo An, não conseguem ter acesso às transmissões de TV aberta, regulada pelos radiodifusores, limitando o oferecimento de conteúdo. Um obstáculo adicional é a limitação na oferta de aparelhos."A Samsung desenvolveu um handset dual mode (para o sistema S-DMB e T-DMB) que foi recusado pelas operadoras por medo de perderem assinantes" completa o executivo da KTF.

Empresas de telecomunicações e radiodifusores também travaram uma disputa no que diz respeito à distribuição dos sinais das redes abertas."As pessoas querem ver o mesmo sinal da TV convencional, mas as emissoras não cedem seus sinais para o sistema pago"diz-o executivo da KTF.

Fonte: Tela Viva, ano 15, n. 160, p. 24-28, maio 2006.