

## **Estudo traça panorama da mídia global**

*Cibele Santos*

A Ofcom, órgão regulador do Reino Unido que em novembro passado publicou uma das mais abrangentes pesquisas sobre o mercado global das comunicações, aponta que em 2007 os Estados Unidos respondiam por 24% da receita de US\$ 1,75 trilhão gerada pela indústria global das comunicações, liderando com folga em todas as frentes -- telecomunicações (participação de 19%), TV (40%) e rádio (44%).

Em termos de alcance da TV digital, no entanto, em dezembro de 2007 o país ainda era superado pelo Reino Unido, com respectivamente 70% dos domicílios digitalizados contra 86%. Mas essa configuração será revertida neste ano com a digitalização completa dos sinais de TV dos EUA, enquanto a do RU será finalizada apenas em 2012. No curto prazo, segundo os cronogramas dos diferentes países, os britânicos também serão ultrapassados em 2010 por Alemanha e Espanha, e em 2011 por Canadá, Japão e França.

Mesmo ultrapassando a maioria dos países desenvolvidos em 2009, os EUA ainda chegam atrasados ao setor de TV digital: os pioneiros Luxemburgo e Holanda estavam totalmente convertidos em 2006, e a Suécia, em 2007.

### **Plataformas divergentes**

De modo geral, segundo a pesquisa, em 2007 a maioria dos países desenvolvidos já se encontrava em algum estágio de implantação dos três padrões digitais predominantes: ATSC (americano), DVB (europeu) ou ISDB (japonês).

O que divergia significativamente eram as plataformas beneficiadas na conversão. Dos 86% dos domicílios britânicos com DTV (TV digital), por exemplo, 37% se conectavam via TV terrestre, 36% via satélite e 13% por cabo (apenas 13% assistiam à TV terrestre analógica e a audiência de cabo analógico era virtualmente desprezível). Nos EUA, dos 70% digitalizados, 33% preferiam cabo, 27% satélite e apenas 8% a TV terrestre (entre os sistemas analógicos, cabo respondia por 25% e TV terrestre, 5%). Satélite era a plataforma digital preferida na Polônia e na República da Irlanda. Na Espanha, França e Itália predominava TV terrestre, enquanto o cabo liderava na Holanda e no Canadá.

Em seção especial dedicada aos países do Bric (Brasil, Rússia, Índia e China), a Ofcom apontou que, apesar de representarem 42% da população mundial, com 2,8 bilhões de habitantes, os quatro emergentes somavam apenas US\$ 240 bilhões de receita de comunicações em 2007, ou cerca de 14% do total global. Com US\$ 115 bilhões, a China ultrapassou facilmente as receitas do Brasil (US\$ 60 bilhões), da Rússia (US\$ 34 bilhões) e da Índia (US\$ 30 bilhões), e entre os três principais setores só não dominou o do rádio (liderado pela Rússia).

A fatia de TV na receita do bloco, de US\$ 45 bilhões, representou apenas 13,5% dos US\$ 332 bilhões gerados pela TV global, mas, segundo estimativas da Ofcom, em 2007 já havia 600 milhões de aparelhos de TV nos quatro países. A penetração era "quase universal" no Brasil, na Rússia e na China.

A TV analógica (terrestre ou a cabo) era o meio mais popular de recepção de entre os países do Bric, presente em mais de 80% dos domicílios brasileiros e mais de 50% dos russos e chineses; quase todo o restante se concentrava em cabo analógico (mais populares na Índia). Os serviços analógicos de satélite ainda eram minoria no Bric - penetração de 7% na Índia e China, de 5% na Rússia e de 1% no Brasil.

O número de domicílios com TV digital foi quase desprezível em relação à TV analógica. O satélite era a plataforma digital dominante no Brasil (4% dos domicílios com TV), Rússia (5%) e Índia (5%). Cabo só era mais popular na China, presente em 7% dos domicílios com TV.



Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 5 fev. 2009, Empresas & Negócios, p. C8.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins jornalísticos