**Programas de TV e filmes vão para tablets**

*Sam Schechner*

*Grupos americanos criam aplicativos para aparelhos como o iPad, mas vão cobrar pelo serviço*

Mais programas de TV e filmes podem chegar aos computadores portáteis do tipo tablet como o iPad, da Apple, nos Estados Unidos - mas para quem pagar para assistir.

Pelo menos sete entre as dez maiores empresas de TV por assinatura dos EUA estão criando aplicativos para tablets que oferecem seleções de programas de TV e filmes a seus assinantes, geralmente por um pequeno valor extra ou até de graça. Esses esforços batem de frente com um punhado de aplicativos de vídeo das redes de TV e serviços de vídeo on-line como Netflix e Hulu, na esperança de oferecer mais conteúdo e recursos integráveis à assinatura da TV a cabo na sala de estar.

A operadora de TV a cabo Comcast está testando um aplicativo gratuito para iPad que permite aos assinantes buscar e assistir alguns programas de TV onde estiverem e planeja lançá-lo até o fim do ano. A empresa informa que já tem provedores para o conteúdo do serviço, mas não quis especificar quais.

A Verizon planeja lançar no segundo semestre um aplicativo para alugar filmes em aparelhos compatíveis com o sistema operacional Android, do Google. O aplicativo será voltado aos 3,2 milhões de assinantes do serviço de alta definição Fios TV, mas deve em algum momento ficar disponível para os que não o assinam, disse Shawn Strickland, diretor de planejamento e estratégia para o consumidor da empresa. Ele disse que a companhia também pretende lançar o serviço para outros aparelhos, como o iPad.

A Time Warner Cable planeja lançar um aplicativo para o iPad que permitirá aos assinantes assistir a programas de TV e outros pela conexão Wi-Fi "num futuro não muito distante", disse um porta-voz.

Os novos aplicativos surgem ao mesmo tempo em que as empresas de TV a cabo lutam para fazer com que os clientes continuem pagando assinaturas substanciais, apesar do sucesso crescente de sites pagos de vídeo na internet. Algumas empresas começaram a oferecer aos assinantes a capacidade de assistir a programas de TV na internet, um conceito apelidado de "autenticação" ou "TV em qualquer lugar". A ascensão de aparelhos compatíveis com vídeos, como o iPad, aumentou a urgência de iniciativas como essas.

"Se não conseguirmos oferecer o que as pessoas querem, nosso produto vai se tornar cada vez menos interessante", disse Ira Bahr, diretor de marketing do serviço de TV via satélite da Dish Network, que planeja oferecer a seus assinantes vídeos para os tablets iPad e Android até o fim de setembro. O serviço exigiria uma caixa conversora especial que normalmente custa US$ 200.

Charlie Herrin, que chefia o desenvolvimento de produto da Comcast Interactive Media, disse que a gigante da TV a cabo está investindo em serviços para tablets que tornariam seus produtos mais atraentes. "Para certas pessoas, é mais confortável se acomodar na cama ou numa cadeira para assistir a alguma coisa", disse ele.

O novo aplicativo da Comcast pedirá aos assinantes que insiram uma senha, e contará com um recurso de busca para exibir todos os episódios disponíveis de um determinado programa - sejam eles na TV aberta, no tradicional serviço sob demanda ou disponíveis para assistir no iPad.

Os novos aplicativos surgem no momento em que empresas de comunicação e empreendimentos novos exploram agressivamente a internet para oferecer programação diretamente às pessoas, enquanto as empresas de TV por assinatura muitas vezes ficam para trás.

Agora, empresas importantes da TV por assinatura estão reagindo e oferecendo acesso on-line por meio de serviços como "TV em qualquer lugar".

Mas o processo tem sido lento. A Comcast e a Verizon já fecharam contrato com vários canais, como HBO, TNT e TBS, da Time Warner, para integrar a oferta voltada a assinantes autenticados, disponível por meio de navegadores da internet. Mas essa iniciativa não inclui o conteúdo completo desses canais. Em alguns casos, é preciso negociar direitos adicionais para distribuir os programas de TV para o iPad ou outro aparelho portátil, segundo pessoas a par da questão.

As empresas de comunicação preferem não ceder esses direitos assim tão facilmente. Algumas ainda estão desenvolvendo suas estratégias próprias para meio digital ou portátil. As empresas também duvidam que os vídeos on-line permitirão futuramente gerar receita suficiente para financiar produções de grande orçamento.

A DirecTV, segunda maior empresa de TV via satélite dos EUA em número de assinantes, afirma que já desenvolveu boa parte da tecnologia necessária para autenticar os assinantes e distribuir o vídeo para os computadores tablet, algo que planeja fazer logo para o iPad com os jogos da próxima temporada de futebol americano, por US$ 50 adicionais além dos US$ 300 que já cobra dos assinantes pela exibição dos jogos. Mas ela não planeja lançar no curto prazo para a internet ou tablets todo o seu conteúdo, em parte por causa do lento processo de licenciamento.

"Estamos no processo de negociar acordos com os detentores do conteúdo", disse Derek Chang, que supervisiona a aquisição de conteúdo na DirecTV, acrescentando que espera obter a "massa crítica" para lançar um serviço com autenticação e aplicativos para portáteis "no ano que vem".

Alguns distribuidores estão tentando contornar o problema oferecendo serviços para os quais já têm os direitos. A Dish Network está integrando seus programas para aplicativos de TV a distância com uma tecnologia chamada "Slingbox", que ela já oferece em caixas conversoras mais caras. A Slingbox, da empresa afiliada EchoStar, já permite que a pessoa tenha acesso no celular e no navegador do computador programas e gravações contidos em sua caixa conversora.

Enquanto isso, a Cablevision Systems, outra operadora de cabo, informou semana passada que está testando um sistema que permitirá assistir a vídeo num iPad e outros aparelhos, contanto que eles estejam na casa do assinante. O motivo é que o vídeo fora de casa "exige contratos diferentes pelos direitos", disse o diretor operacional da Cablevision, Tom Ruthledge, numa teleconferência para divulgar os resultados do segundo trimestre. "Basicamente estamos colocando a TV a cabo em qualquer aparelho que possa funcionar como uma TV na casa da pessoa", disse ele.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 13 ago. 2010, Empresas, p. B3.**