

TELECOMUNICAÇÕES

Brasileiros vão aos EUA vender TV digital

Alvo dos grupos nacionais, porém, não são os americanos, mas outros países da América do Sul

Renato Cruz

Os brasileiros desembarcam nos Estados Unidos na próxima semana para tentar vender o Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), que estreou na Grande São Paulo em dezembro. O alvo não são os americanos, que já se encontram na fase final da transição tecnológica – o país tem tecnologia digital própria, e vai encerrar as transmissões analógicas em fevereiro do ano que vem. Um dos 22 estandes do evento NAB Show, que acontece entre os dias 11 e 17 deste mês em Las Vegas, será ocupado pelo Fórum SBTVD, que, juntamente com empresas e centros pesquisas brasileiros, espera convencer outros países da América do Sul a utilizar a tecnologia.

“Estamos fazendo um grande esforço para a promoção internacional do SBTVD”, diz Luis Olivales, coordenador do Módulo de Promoção do fórum, que reúne radiodifusores, indústria, pesquisadores e governo. O pavilhão terá uma demonstração da tecnologia adotada no Brasil, com um transmissor e dois televisores de LCD recebendo o sinal em alta definição. Haverá também equipamentos móveis e portáteis.

O SBTVD foi criado a partir da tecnologia japonesa ISDB-T. Houve duas modificações principais: a tecnologia de compressão de vídeo foi atualizada e foi criado um software de interatividade localmente. O software, chamado Ginga, não está disponível ainda em nenhum equipamento no merca-

do. Segundo Olivales, não haverá demonstração do Ginga em Las Vegas.

“Esperamos que outros países adotem o sistema”, diz Morris Arditti, presidente do Instituto Genius, criado pela Gradiente. O instituto de pesquisa desenvolveu uma plataforma de conversor de TV digital, também chamado set top box, que quer licenciar para outros fabricantes. O conversor permite receber o sinal digital para assistilo em televisores analógicos.

“É uma solução voltada para empresas que não têm condição de desenvolver o produto internamente”, explicou Arditti. Segundo o executivo, o custo das peças para o set top box pode ser de US\$ 50 ou menos, sem os impostos. Hoje, o conversor mais barato no mercado sai por cerca de R\$ 500. “Se a empresa for extremamente competente, dá para ser mais competitivo.” O Instituto Genius tem equipes em São Paulo e Manaus.

EMISSORAS

A Idea Sistemas Eletrônicas, de Campinas, desenvolveu dois equipamentos que serão demonstrados na NAB. Um é um transmissor no padrão europeu DVB-S2, empregado pelas emissoras para transmitir o sinal para os satélites. O sistema usado para o envio de programação entre as emissoras, e que também é captado pelas parabólicas, é diferente daquele usado para a transmissão terrestre, recebido pelas antenas UHF.

Outro equipamento é um modulador ISDB-T, que envia o si-

MADE IN BRAZIL

● **Origem:** O Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) foi criado a partir da tecnologia japonesa, chamada ISDB-T

● **Modificações:** Foram feitas duas alterações no projeto original. A tecnologia de compressão de vídeo foi atualizada, e um software de interatividade, chamado Ginga, foi criado localmente

● **Fora da prateleira:** O Ginga ainda não está disponível em nenhum equipamento do mercado

● **Mercados:** A Linear, de Santa Rita do Sapucaí (MG), leva para a feira equipamentos analógicos e com tecnologia ISDB-T, e também com tecnologia ATSC, para o mercado americano

● **Feira:** A Idea Sistemas Eletrônicas, de Campinas (SP), desenvolveu dois equipamentos que serão demonstrados na feira. Um é um transmissor para levar o sinal das emissoras para os satélites. O outro é um modulador, que envia o sinal para os conversores e TVs

nal para os conversores e televisores na casa das pessoas. Os equipamentos foram desenvolvidos em parceria com a Tecsys e o Laboratório para Integração de Circuitos e Sistemas (Lines) do Centro de Tecnologias Estratégicas do Nordeste (Cetene).

“A tecnologia DVB-S2 reduz em até 35% o custo de transmissão via satélite”, afirma Valdíney Pimenta, diretor da Idea. A



CUSTO – Segundo Pimenta, tecnologia da empresa reduz em até 35% o custo de transmissão via satélite

Bandeirantes e a RedeTV já estão com o sinal digital no satélite. A Tecsys é responsável pela produção e comercialização dos equipamentos.

A Linear, fabricante de transmissores de TV de Santa Rita do Sapucaí (MG), terá dois estandes na NAB: um no pavilhão brasileiro, com equipamentos analógicos e com tecnologia ISDB-T, e outro para o mercado americano, com equipamen-

tos analógicos e ATSC (tecnologia americana de TV digital). “Teremos novidades em ISDB e ATSC”, disse Carlos Alberto Fructuoso, diretor de marketing da Linear.

Atualmente, um quarto das receitas da Linear vem das exportações. No Brasil, o mercado está aquecido com as cidades que preparam o lançamento da TV digital depois de São Paulo. “Recebemos muitos pe-

didos de propostas”, afirma Fructuoso. A competição com os fornecedores estrangeiros, no entanto, não está fácil. “Eles têm isenção de impostos e nós não.” Segundo o executivo, existe um decreto que determina a isenção de impostos para os equipamentos fabricados no Brasil, que ainda precisa ser regulamentada por uma portaria. “Ela está sempre para sair, mas ainda não saiu.” ●

ENTRETENIMENTO

Apple torna-se a maior em venda de música

Com o iTunes, empresa passou o Wal-Mart nos EUA

LOS ANGELES TIMES
SÃO FRANCISCO

A Apple ultrapassou a Wal-Mart, tornando-se a maior vendedora de música dos Estados Unidos. É a primeira vez na história que uma loja digital de música bate, por meio de download, a maior loja de CDs do país. A Apple vendeu mais álbuns em janeiro e fevereiro do que qualquer outra loja nos Estados Unidos, disse a empresa de pesquisa de mercado NPD Group, mostrando como o setor de música está na linha de frente de uma mudança que vem derrubando empresas da área de entretenimento, de lojas a fabricantes de videogames.

Os consumidores americanos ainda compram mais CDs do que fazem downloads de música, mas a diferença está diminuindo rapidamente. Apenas cinco anos depois de lançar a loja digital iTunes, a Apple dominou completamente o mercado de downloads, conseguindo saltar à frente das grandes lojas vendedoras de CDs, como Wal-Mart, Best Buy e Target.

“É um grande acontecimen-



DOMÍNIO – O iPod foi a mola propulsora da Apple na música digital

to”, disse Tom Adams, presidente da empresa de consultoria Adams Media Research. “É a primeira vez que um ponto de venda eletrônico supera um varejista, em qualquer tipo de oferta de mídia.”

A onda digital está se generalizando por todo o setor de mídia. As livrarias estão fechando, incapazes de competir com

as vendas online. As redes de TV disponibilizam cada vez mais os seus programas na internet, para chegarem àquelas pessoas que estão diante dos seus computadores, para evitar que os anunciantes as troquem por outras formas de entretenimento online. As empresas de videogame e outras fabricantes de software já vendem

mais os seus produtos em forma de downloads do que em CDs.

Mas o setor de música foi sacudido pela transição digital de modo muito mais forte do que a TV, o cinema e outras áreas do entretenimento. Isso porque, segundo analistas, os gravadores de CDs permitiram que qualquer pessoa crie listas das suas músicas favoritas. A portabilidade da música para aparelhos como o iPod, da Apple, também tornou natural essa transição para o digital.

“Estamos emocionados”, foi o que disse num comunicado o vice-presidente da Apple para a área do iTunes, Eddy Cue.

O NPD Group, com sede em Port Washington, Nova York, não deu dados sobre o número de álbuns vendidos por cada empresa. Mas informou ter considerado na contagem cada 12 músicas vendidos como um álbum, e que a Apple provavelmente recebeu um grande impulso durante os dois primeiros meses do ano, quando os consumidores descartaram seus vales-presente na loja iTunes.

O analista Russ Crupnick, do NPD Group, prevê que essa rápida ascensão da Apple, no caminho de se tornar uma potência no setor de música, deve continuar. “Se você observar o que está acontecendo com o CD e o crescimento do lado digital, é um padrão que vai se firmar”, disse ele.

A Apple lançou a loja iTunes em 2003, criando um modelo de empresa online para um setor de música que se debatia com

as vendas de CDs despencando e a pirataria online. Além de vender álbuns, a loja online ofereceu centenas de milhares de músicas por US\$ 0,99. Um negócio ideal para clientes que queriam comprar singles da moda ou velhas canções favoritas sem adquirir o álbum inteiro.

A Apple não divulgou os resultados financeiros do iTunes. Mas, no primeiro trimestre fiscal, informou uma receita de US\$ 808 milhões na categoria que inclui as vendas da loja iTunes, um salto de 27% em relação ao mesmo período do ano anterior. A Apple também entrou em outros mercados de entretenimento nos últimos anos, oferecendo downloads de programas de TV e filmes, para vender e alugar.

Como outras redes de TV, a CBS colocou muitos dos seus programas na internet e os vende no iTunes e outras lojas virtuais. Quincy Smith, presidente da CBS Interactive, disse acreditar que o mercado de DVDs não vai desaparecer tão breve, mas que a rede pode atender públicos diferentes, oferecendo os programas por meio do iTunes e também do Wal-Mart. “Acho que esse é um sinal do que vem por aí, se você acredita em evolução”, disse. ●

AQUISIÇÃO

Microsoft e Yahoo ainda longe de um acordo

NOVA YORK

Executivos de alto escalão da Microsoft e do Yahoo se reuniram esta semana para discutir a proposta de fusão, mas não chegaram a nenhum acordo durante as negociações, publicou o *Wall Street Journal* em seu site, citando fontes próximas à questão.

Os executivos da Microsoft não quiseram elevar a oferta e o Yahoo continua se recusando a entrar em negociações formais – a menos que haja um aumento na proposta, informou o jornal ontem.

O encontro foi o segundo desse tipo com executivos do alto escalão de ambas as empresas e ocorreu na sede do Yahoo, em Sunnyvale, segundo o jornal. A Microsoft fez um oferta de compra do Yahoo por US\$ 31 por ação em 31 de janeiro. O Yahoo, porém, recusou a oferta, atualmente avaliada em US\$ 42 bilhões. Para o Yahoo, a proposta subvaloriza a companhia.

Representantes da Microsoft não estavam imediatamente disponíveis para comentar o assunto. Uma porta-voz do Yahoo preferiu não comentar o assunto. ● REUTERS