



A cinco anos do fim do sistema analógico, emissoras capricham na qualidade de imagem da TV digital, mas ignoram interatividade. - P24

Santander aproveitará bancarização para aumentar clientela na América Latina e elevar rentabilidade, diz Marcial Portela. - P28

BNDES limita poder de Diniz para entrar na fusão com o Carrefour

Presidente do conselho de administração do Pão de Açúcar aceita convocar reunião de acionistas para discutir a operação

Mesmo disposta a financiar a união entre Pão de Açúcar e o grupo francês Carrefour, a cúpula do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social está preocupada em assegurar algum mecanismo de governança que impeça o empresário Abílio Diniz de, em um segundo momento, vender para estrangeiros a participação na empresa que surgirá da fusão. Por meio de um criterioso acordo de acionistas, o banco quer ter a gestão compartilhada com Diniz. Além de exigir a manutenção das atuais participações por um prazo determinado, a consulta prévia aos demais acionistas será pré-condição para novas fusões, aquisições e, principalmente, venda de ativos. - P4



Jean Charles Naouri, presidente do Casino: pressões para conter avanço de Diniz

→ Grandes fornecedores apoiam a fusão, porém os pequenos estão amedrontados.

Consumo de volta à bolsa

Prevendo um semestre melhor, corretoras retomam indicações de ações do setor. - P32

Volks terá carro de R\$ 23 mil para enfrentar os chineses

Preocupada com o avanço dos importados, a montadora alemã decidiu vender no país em 2014 um carro "superpopular", com preço para competir até mesmo com o mais barato trazido da China, o Q, da Chery. - P20

INDICADORES		4.7.2011	
TAXA DE CÂMBIO	COMPRA	VENDA	
▼ Dólar Plax (R\$/US\$)	1,5572	1,5580	
▼ Dólar Comercial (R\$/US\$)	1,5551	1,5557	
▼ Euro (R\$/€)	2,2612	2,2625	
▲ Euro (US\$/€)	1,4521	1,4522	
▼ Peso Argentino (R\$/S)	0,3789	0,3793	
JUROS	META	EFETIVA	
● Selic (ao ano)	12,25%	12,17%	
BOLSAS	VAR.%	ÍNDICES	
▲ Bovespa - São Paulo	0,78	63.891,31	
Dow Jones - Nova York		feriado	
Nasdaq - Nova York		feriado	
S&P 500 - Nova York		feriado	
▲ FTSE 100 - Londres	0,46	6.017,54	
▲ Hang Seng - Hong Kong	1,66	22.770,47	

Governistas saem na frente para as eleições de 2012

Levantamento feito nas 26 capitais para avaliar quem está em estágio mais avançado de articulação mostra que a oposição está mais forte apenas em quatro cidades. - P10

Crise na Pasta dos Transportes vai prejudicar obras do PAC

As denúncias de superfaturamento em obras do ministério fizeram Dilma Rousseff desautorizar R\$ 10 bilhões para a pasta, o que terá efeito direto no Programa de Aceleração do Crescimento. - P12

Desafio de nova chefe do FMI é dar poder aos emergentes

A francesa Christine Lagarde, que assume hoje o cargo de diretora-gerente do Fundo Monetário Internacional, promete dar mais voz a países como Brasil e China. - P34

Emissoras ignoram interatividade na TV digital brasileira

A cinco anos da conclusão da mudança do sistema analógico para o digital, principal diferença entre tecnologias é a imagem

Rafael Palmeiras

rpalmeiras@brasileconomico.com.br

A situação da TV digital no Brasil parece ainda ser incerta. Com o prazo até 2016 para concluir a mudança do analógico para o digital, a meta do país é levar a tecnologia, em até cinco anos, para a casa de 55% da população brasileira. Mas o grande empecilho para a transmissão no Brasil é a falta de atratividade da tecnologia oferecida pelas emissoras para o consumidor. Com sistema já instalado nas principais capitais do Brasil, as fornecedoras de tecnologia digital buscam na demanda dos municípios menores e no investimento com a interatividade de aumentar seu lucro.

Um estudo feito pela multinacional italiana Screen Service, fabricante de soluções de broadcasting, mostra que a Olimpíada de 2016 coincide com o prazo limite do sinal analógico e vai movimentar cerca de R\$ 1 bilhão em plataformas digitais nos próximos cinco anos. "Diante desse cenário promissor planejamos um crescimento anual de 40% ao longo dos próximos três anos, como reflexo da procura de emissoras em estruturas de transmissão digital", revela o diretor comercial Júlio Prado.

Mão única

A projeção animadora das fornecedoras de equipamentos não tem sido refletida na programação da TV aberta. Com uma oferta de programação tímida, a TV digital oferece pouco conteúdo interativo.

Líder no mercado, a emissora Globo investiu na interatividade em 2009 em uma de suas novelas de horário nobre. Mas desde então, somente algumas programações, como novelas, jogos esportivos e eventos específicos têm ações interativas. Segunda a Globo, ainda não existe uma meta para a expansão do recurso na programação.

Já o SBT é uma das emissoras que também se aventura a dar os primeiros passos rumo à interatividade. Após ter implantado a plataforma digital nas capitais, a emissora agora investe no conteúdo. Roberto Franco, diretor de rede e assuntos regulatórios explica que os telespectadores já têm acesso a notícias gerais, sobre a emissora e o clima. "Estamos apresentando o conteúdo para que o consumidor entenda como ele agrega valor." Franco diz que até 2013 a emissora planeja ter progredido na área. "Não é a versão final. Estamos preparando alterações."

Para o engenheiro Eduardo Tude, da consultoria Teleco, a interatividade ainda é um passo distante. "Nesta primeira etapa as emissoras estão fazendo a conversão. Ao fim desse processo, elas devem dar início ao investimento de interatividade, o que atualmente ainda não acontece", opina.

De forma a mudar esse cenário, a RedeTV informa que em 60 dias dará início a programação interativa. A emissora já possui 100% da programação transmitida em HD e em 3D.

Com procura lenta das emissoras no primeiro semestre do

ano, Prado, da Screen Service, afirma que existe uma expectativa de avanço para o final do ano. "Nos seis primeiros meses passamos por uma fase de planejamento, onde elas buscam saber qual tecnologia devem usar. Cremos que a implantação terá início no segundo semestre."

Atualmente, o Plano Básico de Televisão Digital (PBTVD) conta com 4 mil canais, o que permite o alcance de pouco mais de mil municípios brasileiros. A meta da Anatel é igualar esse valor aos 6,3 mil canais analógicos outorgados, que atendem a 2,2 mil municípios. ■

“

A promessa de interatividade ainda não aconteceu e apenas a oferta de uma imagem melhor não tem convencido o consumidor

Daniel Domeneghetti

Diretor da E-consulting

MUDANÇA PARCIAL

Para entidade, desligamento deve ser feito por regiões e prazo deve ser modificado

Diante desse cenário de pouca interatividade e metas ousadas da Anatel, José Marcelo Amaral, coordenador do Módulo de Mercado do Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD) acredita em um realinhamento do prazo.

“Avaliamos ser inviável o desligamento total da transmissão analógica. O ideal é trabalhar em blocos, com desligamentos por regiões”, diz. “Estamos nos deparando com problemas sérios como, o número de processos que ainda dependem de aprovação

do ministério das comunicações, a capacidade industrial das empresas e a migração dos televisores para digital.” Porém, a RedeTV acredita estar dentro do prazo definido. “Até 2016, as emissoras afiliadas da RedeTV em todo o Brasil estarão com sinal digital.” **R.P.**

Divulgação



José Marcelo Amaral, do Módulo de Mercado do Fórum SBTVD: desligamentos por regiões

Fornecedores de tecnologia miram em municípios menores

Fabricantes de antenas e componentes investem para produzir mais e atender à demanda de cidades pequenas

Com o prazo de cinco anos para implantar o sistema digital no país, as empresas fornecedoras de tecnologia de transmissão (broadcasting) já percebem um interesse crescente em seus produtos, principalmente dos municípios menores que contam com emissoras afiliadas. Para José Amaral do Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTV), a capacidade industrial brasileira pode colaborar para o atraso da meta estabelecida. “O prazo para a entrega de antenas pode levar até seis meses. Dessa forma, é preciso ter um aumento na produção, principalmente nos transmissores de baixa potência”, afirma.

De olho no avanço atual no processo de interiorização do sinal aos municípios afastados dos grandes centros que a Screen Service pretende investir cerca de R\$ 15 milhões em sua fábrica localizada em Pouso Alegre (MG). “Estamos nos preparando para o aumento na demanda motivada pelos jogos em que o Brasil será sede. Por isso, investimos em nosso estoque para conseguir entregar mais rápido”, explica o diretor comercial da companhia, Júlio Prado.

Segundo ele, a demora das emissoras no processo de conversão é motivada pelo investimento, pois não gera receita imediata. “O que as emissoras têm começado a perceber é que o canal digital traz mais audiência nos pequenos municípios. Isso motiva as concorren-

tes a investir também na tecnologia”, afirma.

Para aumentar as vendas, a Transtel, fabricante de antenas e componentes para emissoras de TV, está se adaptando à nova demanda do mercado. Segundo José Roberto Elias, diante do novo cenário, a empresa que tem como foco atender emissoras de grande porte já busca soluções para reduzir o custo dos equipamentos e tornar o preço mais atrativo para os pequenos municípios.

“As emissoras do interior, buscam equipamentos mais baratos, já que possuem uma linha de investimento menor”, explica o gerente comercial e de marketing.

No mercado há 43 anos, a empresa com sede em Campinas pretende reformular sua forma de produzir, o que vai ajudar a reduzir os custos. “Estamos reformulando a área de produção, de forma a otimizar o tempo de montagem e ajustes, o que vai gerar um custo menor para os compradores”, destaca.

Mesmo preparado para atender a oferta, Elias diz que a procura se mantém com uma ligeira alta, na comparação com o ano anterior. “Acreditamos que a demanda vai aumentar principalmente no prazo final da transmissão analógica.”

Como solução para os pequenos municípios, Elias aponta que é possível que as emissoras compartilhem equipamentos, como já se faz na Europa e Estados Unidos. “Com a tecnologia que temos na Transtel, podemos unificar em uma única an-

tena, a frequência de dois canais de TV, sem que ocorram prejuízos a qualidade do sinal. Só que por uma questão cultural, as emissoras não buscam essa solução”, diz.

Mesmo com um cenário um pouco atrasado, o diretor da Screen Service, Júlio Prado, acredita que o Brasil conseguirá atingir o prazo de conversão nos próximos cinco anos. Mas faz um alerta: “A nossa previsão é que os municípios tenham no máximo quatro canais digitais. ■ R.P.”

Uma das soluções apontadas para as cidades pequenas é que as emissoras dividam antenas, como já acontece na Europa

NEGÓCIOS EM TELECOMUNICAÇÕES

20%

foi o quanto cresceu essa área de negócios no primeiro trimestre.

65%

das empresas esperam alta das vendas no segundo trimestre.

R\$ 18,9 mi

é o faturamento esperado para o setor neste ano.

Júlio Prado, diretor comercial da Screen Service: cada município deve ter, no máximo, quatro canais digitais

