

Perspectivas de Implementação da Televisão Digital em Portugal

Novas tecnologias, novos consumos?

flash report

Setembro 2008



OberCom

Investigação e Saber em Comunicação

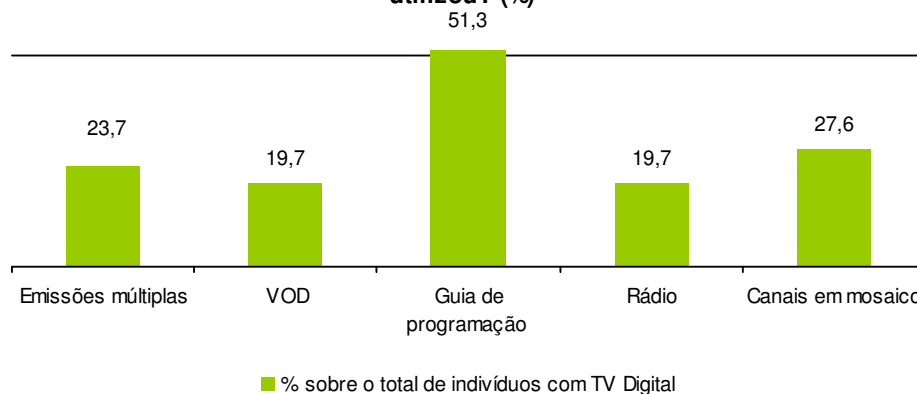
Perspectivas de Implementação da Televisão Digital em Portugal *Novas Tecnologias, Novos Consumos?*

Apesar de existir um interesse relativamente elevado nas potencialidades oferecidas pela televisão digital, nomeadamente no caso dos actuais subscritores deste serviço, a sua utilização efectiva permanece de forma geral muito reduzida, continuando a experiência televisiva dos portugueses a ser moldada pelos padrões tradicionais de visionamento de televisão.

TV digital: Práticas de visionamento permanecem enraizadas num modelo tradicional de consumo de televisão

Apesar da recente expansão da televisão digital em Portugal, a experiência televisiva dos indivíduos que actualmente já usufruem de um serviço desta natureza permanece moldada pelos padrões tradicionais de visionamento de televisão. De facto, a percentagem de pessoas que tira partido das potencialidades deste novo sistema de televisão permanece muito reduzido. Por exemplo, apenas 19,7% dos inquiridos que tem televisão digital já utilizou os serviços de *Video-on-demand* (VOD), e apenas 19,7% já ouviu rádio através da televisão. O serviço que parece ter uma maior utilidade para os portugueses é o guia electrónico de programação: 51,3% dos indivíduos que dispõe de televisão digital afirmou já o ter utilizado.

Gáfico 1. Dos seguintes serviços de TV digital, quais já utilizou? (%)



Fonte: Inquérito A Televisão Digital Terrestre em Portugal 2008, OberCom (n=76)

Não obstante, verifica-se um certo grau de satisfação com o serviço digital, sendo que do total de subscritores de TV digital, 69,7% concorda com a afirmação “A TV

digital é melhor do que a analógica”, contra apenas 41,5% no seio da população em geral.

Actualmente, a oferta de televisão digital encontra-se em franca expansão no mercado nacional (Araújo, Cardoso e Espanha, 2008b). Se até há alguns meses atrás, esta se encontrava concentrada num número muito reduzido de *players* (conferindo uma concorrência reduzida ao sector, e deixando poucas opções para o consumidor), o *spin-off* da PT Multimédia, aliado à abertura do concurso da televisão digital terrestre e às novas ofertas *triple play* que têm surgido, vieram imprimir uma nova dinâmica neste mercado.

O serviço de televisão digital interactiva foi introduzido em Portugal em 2001 pela TV Cabo Interactiva, empresa pertencente na altura à *holding* TV Cabo Portugal (que se encontrava então integrada na PT Multimédia, grupo PT - Portugal Telecom). A antecipação desta empresa no fornecimento de tal serviço deveu-se em grande parte à sua posição de líder no segmento do cabo, o que lhe permitiu criar sinergias e maximizar os recursos já existentes. A PT Multimédia, criada em Julho de 1999, acabou por se separar do grupo PT em Novembro 2007 (na sequência do falhanço da OPA sobre a PT), em resultado de um *spin-off* que pretendia dotar o mercado nacional de uma maior dinâmica. Nasce então, na sequência deste processo, a marca ZON Multimedia (em substituição da PT Multimédia) em Janeiro de 2008. Por outro lado, a Portugal Telecom também inovou os serviços oferecidos após o *spin-off*, criando a marca MEO, e contando com uma forte aposta no desenvolvimento da plataforma satélite e de IPTV (Internet Protocol TV).

Além da oferta de televisão digital por cabo/satélite, o governo português abriu concurso para a televisão digital terrestre em Fevereiro 2008. Por fim, ultimamente foram também lançadas novas propostas de televisão digital, baseadas em plataformas de IPTV, como por exemplo o caso da SonaeCom que desenvolveu, através do Clix, a SmarTV.

O número exacto de indivíduos que usufruem do serviço de televisão digital actualmente em Portugal é difícil de avaliar, uma vez que este mercado passou nos últimos meses por profundas alterações estruturais e conjecturais.

A TV Cabo anunciou recentemente cerca de 382 mil subscritores de televisão digital (TVCabo, 2007), o que representa um crescimento de cerca de 41,3% em relação a 2006. Apesar de tais valores não nos darem uma imagem real do número total de indivíduos que dispõem de televisão digital dado que, embora a Tv Cabo assegure uma quota de mercado maioritária (a este propósito, consultar o Flash Report do OberCom: *Caracterização do Acesso TV 2008*), há outras empresas presentes, os

valores apresentados permitem-nos pelo menos ter uma ideia do número de portugueses que usufruem deste serviço.

Se atentarmos aos resultados do presente estudo, verifica-se que a penetração da televisão digital é de facto muito baixa em Portugal, comparativamente com os restantes países europeus (Colombo, 2006; Eurobarometer, 2007): apenas 7,3% dos inquiridos (n=76) afirmou dispôr de um serviço de televisão digital.

TV Digital: um nóculo estruturante da Sociedade em Rede

Quando comparado com a população em geral, o grupo dos indivíduos que usufrui de um serviço digital de televisão afirma-se através de um consumo de media mais activo e diversificado, integrando vários suportes e uma intensidade de utilização dos mesmos superior. Por exemplo, dos inquiridos que têm TV digital, 28,9% vê três horas ou mais de televisão por dia, contra 24,8% se considerarmos a população em geral. Similarmente, 39,5% dos indivíduos com TV digital utiliza a Internet todos os dias, contra apenas 16,8% na amostra total.

Por outro lado, verifica-se uma maior penetração de equipamentos e suportes de media junto da população que usufrui de um serviço de televisão digital, sendo o *gap* mais ou menos acentuado, quer se tratem de equipamentos de utilização mais ou menos massificada. Assim, as diferenças entre os dois grupos em termos de posse de telemóvel podem não ser muito significativas (81,9% na população em geral, contra 92,1% se considerarmos apenas o grupo dos indivíduos com televisão digital), mas tornam-se mais evidentes quando pensamos por exemplo no caso do acesso à Internet (33,2% no primeiro grupo, contra 69,7% no segundo).

Quadro 1. Posse de Equipamentos e Suportes de Media (%)

Tem...	% da resposta "sim", em cada categoria	
	População em Geral (n=1041)	População TV Digital (n=76)
... telefone fixo	52,6	59,2
... rádio	88,3	86,8
... digital video recorder	8,8	23,7
... televisão de alta definição	2,0	15,8
... televisão com écran de plasma	9,8	30,3
... computador pessoal portátil	19,9	36,8
... computador pessoal fixo	36,0	68,4
... acesso à Internet	33,2	69,7
... leitor de DVD	62,4	89,5
... Ipod/ leitor MP3	27,0	47,4
... telemóvel	81,9	92,1
... consola de jogos	24,1	34,2
... sistema de home cinema	10,3	34,2

Fonte: Inquérito A Televisão Digital Terrestre em Portugal 2008, OberCom

Por outro lado, verificam-se também diferenças mais acentuadas quando consideramos o caso de tecnologias relacionadas com o meio televisivo, o que nos permite destacar uma maior valorização deste meio por parte da população com TV digital. De facto, a posse de televisão com ecrã de plasma no seio da população com TV digital corresponde ao triplo da encontrada na população em geral (assim como a posse de um sistema de home cinema), e o número de inquiridos que possui televisão de alta definição no âmbito dos subscritores de um serviço digital é oito vezes superior ao encontrado na população em geral.

Além de apresentar uma maior exposição aos media em geral, os indivíduos com televisão digital apresentam ainda particularidades relativamente às preferências em termos de conteúdos visionados. Assim, a população com TV digital tende a valorizar mais os programas de desporto, documentários, as séries e os filmes (o que aliás vai de encontro às ofertas dos operadores e canais disponíveis nos pacotes digitais – por exemplo, os canais actualmente disponíveis em alta definição incluem precisamente conteúdos desportivos, documentários e filmes), enquanto que na população em geral se observam preferências por concursos, programas de humor, notícias e telenovelas.

Quadro 2. Géneros televisivos preferidos (%)

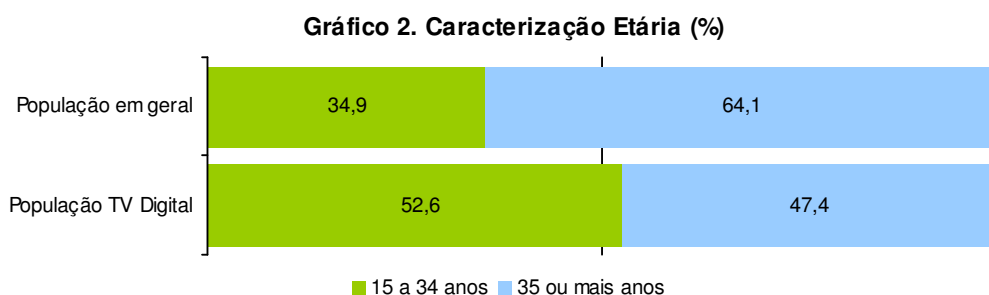
Da seguinte lista de programas, indique quais gosta...	% da resposta “sim”, em cada categoria	
	População TV Digital (n=76)	População em Geral (n=1041)
... desporto	51,3	37,2
... concursos	13,2	16,4
... programas de humor	9,2	12,9
... talk shows	5,3	4,2
... notícias	64,5	70,3
... documentários	32,9	26,1
... telenovelas	27,6	44,7
... séries	35,5	21,6
... filmes	52,6	40,4

Fonte: Inquérito A Televisão Digital Terrestre em Portugal 2008, OberCom

Verifica-se ainda que a população que tem TV digital tende também a participar e interagir mais com a televisão: 25,0% já telefonou para um programa de TV (contra 11,2% dos indivíduos da amostra total), 11,8% já enviou um SMS (em oposição com apenas 5,4%) e 7,9% já visitou o site de um canal de televisão (contra apenas 3,8% no caso dos indivíduos em geral). Por outro lado, demonstram também uma maior necessidade de controlo da experiência televisiva: 84,2% dos inquiridos que usufruem de TV digital concordam com a afirmação “só vejo programas que escolhi previamente”, contra apenas 68,4% de inquiridos, se considerarmos o total da

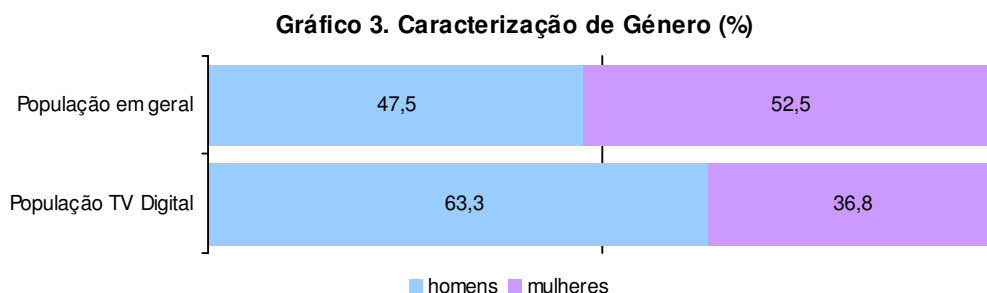
amostra. Acrescente-se por fim que os indivíduos com televisão digital apresentam um maior grau de sensibilidade às questões da televisão digital terrestre (TDT), sendo que 11,8% dos que têm TV digital já ouviu falar do processo de *switchover* (contra apenas 3,2% se considerarmos a amostra total), e 46,1% já ouviu falar de TDT (contra 16,3% da generalidade da população).

Em suma, os actuais subscritores de um serviço de televisão digital são indivíduos com um maior grau de integração na Sociedade em Rede, utilizando de forma integrada e activa vários suportes e meios, e conferindo à televisão um papel de núcleo estruturante da própria rede (Cardoso, 2006). Tal observação deve ser tecida contextualizada através de uma análise das características sociodemográficas da população que usufrui de um serviço de televisão digital, verificando-se que em relação à população em geral se observa uma valorização das classes etárias mais jovens.



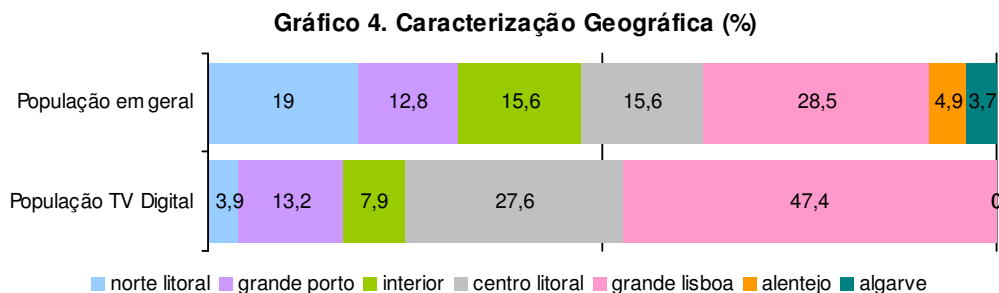
Fonte: Inquérito A Televisão Digital Terrestre em Portugal 2008, OberCom

Por outro lado, e apesar do *gap* em termos de género se ter vindo a atenuar para muitas tecnologias (por exemplo, no caso dos telemóveis), verifica-se uma maior proporção de homens no seio da população com TV digital, quando comparada com a amostra em geral.



Fonte: Inquérito A Televisão Digital Terrestre em Portugal 2008, OberCom

Similarmente, e em grande parte devido à infra-estrutura de cabo existente, à estratégia de digitalização da mesma e à sua respectiva distribuição geográfica (a este propósito, consultar o Flash Report do OberCom: *Caracterização do Acesso TV 2008*), verifica-se uma sobre valorização da região da Grande Lisboa no seio da população com televisão digital, quando comparada com a população em geral.



Fonte: Inquérito A Televisão Digital Terrestre em Portugal 2008, OberCom

Novas tecnologias, novos consumos?

A televisão digital, além de permitir o desenvolvimento de mais canais, permite ainda a criação de uma série de novos serviços que poderão vir a reconfigurar a experiência televisiva. Como já verificámos, a utilização dessas novas potencialidades por parte dos actuais subscritores de um serviço de TV digital permanece muito reduzida. Não obstante, verifica-se um maior interesse e reconhecimento da utilidade desses recursos no seio do grupo dos indivíduos com televisão digital, quando comparados com a generalidade da população.

De facto, 69,7% dos inquiridos que recebe um sinal digital considera a melhor qualidade de imagem proporcionada por esta tecnologia “muito útil” (68,4% para o caso da melhor qualidade de som), contra apenas 44,4% dos indivíduos que dispõem de acesso analógico (contra 42,4% no caso do som).

Quadro 3. Percepção da utilidade dos novos serviços oferecidos pela televisão digital (%)

O que pensa em relação aos novos serviços possibilitados pela televisão digital?	Tipo de acesso ao serviço de TV (% da resposta “muito útil”, em cada categoria)	
	População TV Digital (n=76)	População em geral (n=1041)
... maior oferta de canais	51,3	32,2
... melhor qualidade de imagem	69,7	44,4
... melhor qualidade de som	68,4	42,4
... mais interactividade	48,7	25,1
... ouvir rádio	40,8	19,6
... múltiplas emissões	39,5	19,9
... video-on-demand	40,8	13,8
... ver canais em mosaico	35,5	14,8
... compatibilidade com o PC	35,5	15,9
... maior portabilidade	36,8	16,3
... facilidade de utilização para pessoas com necessidades especiais	55,3	42,0
... mais opções de participação	42,1	21,0
... alta definição	57,9	29,4

Fonte: Inquérito A Televisão Digital Terrestre em Portugal 2008, OberCom

Similarmente, e do ponto de vista das opções de desenvolvimento de serviços inovadores por parte dos operadores, verifica-se que a portabilidade, a interactividade, as capacidades de integração multimédia (ouvir rádio, compatibilidade com o PC) e a alta definição são atributos altamente valorizados pela população que actualmente tem televisão digital.

TV Digital: a reinvenção de uma tradição

Ao longo da sua história, a televisão teve de se adaptar a outras mudanças. Por exemplo, quando apareceu o VHS, as audiências tiveram pela primeira vez a capacidade de controlar o que viam e quando, podendo evitar a exposição aos espaços publicitários. Também a introdução da TV a cabo, que permitiu um aumento exponencial da oferta de canais disponíveis, veio criar uma fragmentação mais acentuada das audiências. Mais tarde, com o surgimento do Digital Vídeo Recorder (DVR), essas novas tendências de consumo voltaram a ser reforçadas. De igual modo, serviços tais como o Replay TV ou o TiVo vieram criar novas lógicas de “empowerment” e de autonomia das audiências, cuja capacidade de controlo cresceu ao ponto de cada um poder “programar” o seu próprio canal de televisão (Colombo, 2006; Picard e Brown, 2004).

No entanto, nenhuma destas mudanças implicou uma alteração da experiência televisiva em si. Mas nos últimos anos a própria experiência televisiva tem sofrido intensas mutações – antes confinada à sala de estar encontra-se hoje disseminada por outros aparelhos (telemóveis, computadores). Estes, por sua vez, têm sofrido uma miniaturização progressiva que transforma a antiga experiência televisiva reservada a

um espaço e a um tempo a algo que se faz a qualquer hora em qualquer lugar, tão transportável como um livro. Com a emergência da sociedade em rede, do lugar central, agregador e polarizador das relações sociais e familiares, a televisão remete-se cada vez mais para um papel de contextualização atomizada em rede, isto é, por um lado, em termos de perfil de consumo, aproxima-se mais da rádio (algo que deixamos ligado de fundo enquanto desenvolvemos outra actividade, como estar na Internet, por exemplo), por outro, em termos de papel social, serve de contexto para a restante comunicação, fornecendo referentes e modos de discurso de forma interactiva (Cardoso, 2006).

No fundo, as potencialidades oferecidas pela televisão digital aproximam a experiência televisiva da experiência de navegação na Internet. O recurso à interactividade e a possibilidade de controlo e autonomia dos indivíduos permite a passagem de uma televisão de massas, a uma televisão personalizada, assente na lógica do “Do it yourself”. Assim, estamos perante uma fase de redefinição da experiência e do próprio conceito de televisão, em que a participação e os recursos interactivos assumem um relevo particular.

Neste âmbito, uma pergunta impõe-se: como se adaptarão então as dietas mediáticas dos indivíduos a estas realidades? Como vimos ao longo do presente relatório, quer em Portugal, quer em muitos dos países onde a televisão digital está fortemente desenvolvida, não foram registadas alterações significativas da experiência televisiva (OfCom, 2007). Os indivíduos podem até ter acesso a um serviço de televisão digital, mas não fazem um uso maximizado das potencialidades e serviços que este oferece. Em suma, na transição para a televisão digital, torna-se fundamental integrar o consumidor, inteirá-lo das mais-valias potenciais associadas a estes novos recursos, e estar atento às suas necessidades e desejos. Sem a integração deste elo final da cadeia de valor no processo de migração de processos de comunicação de massa para um paradigma em rede, poderá verificar-se uma situação de *digital divide*, na qual determinados grupos sociais ficaram excluídos, dispondo de novas tecnologias e recursos, mas perpetuando modelos de consumo mediático tradicionais.

Bibliografia

ARAÚJO, V., CARDOSO, G., e ESPANHA, R. (2008a), *The adoption of digital television in Portugal: a media literacy approach*, in **DIGITAL TELEVISION REVISITED**, eds. Urban, Sapio e Turk, COST 298, Hungria.

ARAÚJO, V., CARDOSO, G., e ESPANHA, R. (2008b), *ITV in Portugal*, in **DIGITAL TELEVISION IN EUROPE**, eds. Van den Broeck e Pierson, COST 298, BÉLGICA.

COLOMBO, F. (2006), Vittadini, Nicoletta (eds.) *Digitising TV – theoretical issues and comparative studies across Europe*, Vita & Pensiero, Milão.

CARDOSO, G. (2006), *Os Media na Sociedade em Rede*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.

Eurobarometer (2007), *E-Communication HH Survey*, Comissão Europeia, disponível em http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_274_en.pdf

OBERCOM (2007), *Contributos para uma análise da implementação da TDT em Portugal*, disponível em <http://www.obercom.pt/client/?newsId=373&fileName=fr3.pdf>

OBERCOM (2008a), Inquérito *A Televisão Digital Terrestre em Portugal 2008*, OberCom.

OBERCOM (2008b), *Flash report: Caracterização do Acesso TV 2008*, disponível em www.obercom.pt

OFCOM (2007), *Switchover Progress Report*, disponível em http://www.digitaluk.co.uk/_data/assets/pdf_file/0011/6500/trQ407.pdf

PICARD, R. and BROWN, A. (eds) (2004), *Digital Terrestrial Television in Europe*, USA.

TVCABO (2007), <http://www.ptmultimedia.pt/pdf/FY2007ResultsConferenceCall270208.pdf>

Ficha Técnica

O presente relatório é o terceiro de um conjunto de *Flash Reports* que serão publicados pelo OberCom relativamente ao panorama televisivo actual em Portugal no contexto da implementação da televisão digital:

Perspectivas de Implementação da Televisão Digital em Portugal

Flash Report 1 - Televisão Digital e TDT: Conhecimento e Compreensão

Flash Report 2 - Caracterização do Acesso TV 2008

Flash Report 3 - A Experiência Televisiva em Portugal: novas tecnologias, novos consumos?

Flash Report 4 - Atitudes e Expectativas em relação à televisão digital e à TDT

Título	Perspectivas de Implementação da Televisão Digital em Portugal <i>Novas tecnologias, novos consumos?</i>
Investigadores	Vera Araújo
Coordenação Científica	Gustavo Cardoso e Rita Espanha
Coordenação Editorial	Rita Espanha
Questionário “A Televisão Digital Terrestre em Portugal 2008”	Gustavo Cardoso, Rita Espanha, Rita Cheta e Vera Araújo
Ficha técnica questionário “A Televisão Digital Terrestre em Portugal 2008”	Inquérito extensivo por questionário, através de uma entrevista directa, a uma amostra representativa da população portuguesa residente em Portugal continental, de idade igual ou superior a 15 anos de idade. A amostra teve como universo de referência a população portuguesa e os resultados do Recenseamento Geral da População –Censos de 2001. Os indivíduos foram seleccionados através da definição de quotas a partir do cruzamento das variáveis sexo, idade, escolaridade, região (5 regiões INE – NUT’s II) e habitat/dimensão dos agregados populacionais. A partir de uma matriz inicial de região e habitat, foi seleccionado aleatoriamente um número significativo de pontos de amostragem, onde foram realizadas as entrevistas, através da aplicação de quotas acima referidas. Em cada localidade, existiam instruções que obrigaram o entrevistador a distribuir as entrevistas por toda a localidade. A amostra final foi constituída por 1041 entrevistas. O trabalho de campo foi realizado em Fevereiro de 2008 e aplicado pela Metris GfK.