
Um panorama em transformação e os efeitos na vida das pessoas que usam exclusivamente a parabólica tradicional para o consumo televisivo¹

Patrícia Oliveira ABREU²

Karla Regina Macena P. PATRIOTA³

Entidade Administradora da Faixa de 3,5 GHz – EAF, São Paulo, SP
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este artigo analisa panoramicamente os efeitos gerais da transformação do cenário televisivo e seus impactos nas vidas das pessoas que dependem da antena parabólica tradicional para o consumo de televisão. O levantamento foi realizado por meio de uma abordagem qualitativa, compreendendo 81 entrevistas em profundidade e 10 grupos focais com 6 participantes cada, em domicílios situados nas áreas urbanas e rurais dos 26 estados do Brasil. Além de apresentar percepções, características demográficas e padrões de consumo desse grupo em particular, os resultados evidenciam questões significativas decorrentes da transição das parabólicas tradicionais para digitais. Tais questões englobam a incerteza em relação à qualidade do sinal e a preocupação com a potencial perda de um meio fundamental para informação e entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo televisivo, Antena parabólica, Ativação do 5G, Políticas Públicas.

1. Introdução

Não é novidade que a parabólica foi fundamental para a popularização de mídias como televisão e rádio no país. Graças a transmissão por satélite, o consumo foi viabilizado em áreas geograficamente mais afastadas dos centros urbanos, permitindo o acesso e acompanhamento não apenas dos eventos circunscritos à respectivas localidades, mas também de ocorrências globais de alcance planetário. Assim, a parabólica virou um dos símbolos de conexão, diminuindo distâncias e colaborando para a transformação da sociedade em uma “Aldeia Global”, como metaforizada por McLuhan (1977).

Atualmente, as tecnologias se desenvolvem rapidamente e, com elas, as mídias estão em constante reformulação e aprimoramento. Prova disso está na ativação do 5G, ofertando respostas mais rápidas e eficientes entre dispositivos e rede de telecomunicações e acompanhada de diversas mudanças. Uma delas diz respeito às parabólicas, que começam a sofrer interferências na recepção do sinal de televisão nas

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa - Estudos de Televisão e Televisualidades do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Graduada em Relações Públicas pela PUC Minas, Pós-graduada em Marketing pela ESPM, Diretora de Comunicação na EAF – Siga Antenado, email: patricia.abreu@sigaantenado.com.br.

³ Doutora em Sociologia, Mestre em Comunicação, Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, email: karla.patriota@ufpe.br

áreas onde há implementação de antenas de 5G, pois ambos os sinais trafegam em faixas de radiofrequência próximas. Por conseguinte, os domicílios que a usam serão obrigados a substituírem suas parabólicas tradicionais por digitais, a fim de assegurar a continuidade dos sinais televisivos. A transmissão passará da banda C para a banda Ku. A mudança, prevista para conclusão em 2025, já acontece gradativamente e vem sendo implementada em diversas cidades brasileiras.

Na perspectiva de compreender esse panorama em transformação e seus efeitos na vida dos indivíduos que ainda se valem exclusivamente da parabólica tradicional para o consumo televisivo, emergem os questionamentos basilares que fundamentam esta investigação: quem, em verdade, constitui o público que ainda subsiste utilizando as antenas tradicionais, e qual é a sua condição diante da imprescindível (e inadiável) transição da parabólica tradicional para a digital?

Com o intuito de responder às indagações propostas, este artigo empreende num mapeamento de aspectos qualitativos, representativos e distintivos dos lares e pessoas que ainda utilizam parabólicas tradicionais no Brasil. Nesse sentido, são levantados e analisados elementos concernentes ao cotidiano desses domicílios, levando em consideração suas condições fundamentais de acesso, utilização e consumo midiático.

2. Uma abordagem qualitativa: Entrevistas em Profundidade e Grupos Focais

Existe uma premissa amplamente aceita de que a apreensão substancial de um fenômeno deriva, em grande medida, da posição imersiva do pesquisador no ambiente em questão, a fim de capturar e assimilar o objeto em estudo e englobar, por meio da plena interação com as partes envolvidas, todas as perspectivas relevantes. Nesse âmbito, se impõe a contingência de certa multiplicidade de olhares no que tange à coleta e à subsequente análise dos dados obtidos, para que se entenda toda a dinâmica do fenômeno em investigação (GODOY, 1995).

Tendo como alicerce investigativo a dimensão comportamental das pessoas que consomem televisão via parabólica, bem como todos os aspectos relacionados ao cotidiano dos seus domicílios, consideramos levantar desde as condições básicas de acesso, utilização e consumo de mídias, até os níveis de conexão emocional estabelecidos com o próprio suporte midiático (televisão). Assim sendo, julgamos oportuna a realização de uma investigação que viabilizasse camadas mais profundas de dados.

Com o propósito de alcançar tal objetivo, utilizamos técnicas qualitativas⁴ considerando que tal abordagem interpretativa, como postulado por Pope e Mays (2005), “está relacionada aos significados que as pessoas atribuem às suas experiências do mundo social e a como compreendem esse mundo”. Assim sendo, a opção pela pesquisa qualitativa nos ajudou a “interpretar os fenômenos sociais (interações, comportamentos etc.) em termos dos sentidos que as pessoas lhes dão” (POPE; MAYS, 2005, p.13) e a obtermos importantes insights sobre as experiências e perspectivas dos participantes, por meio de diálogos flexíveis e, principalmente, exploratórios.

Para instrumentalizar a dimensão interpretativa da pesquisa, optamos pela realização de entrevistas em profundidade⁵, feitas por telefone nos 26 estados brasileiros, com cidades selecionadas a partir da maior incidência de parabólicas (IBGE, 2022)⁶ em domicílios urbanos e rurais (1/3 nas áreas urbanas e 2/3 nas rurais, devido à maior presença de antenas parabólicas nestas últimas) e discussões em grupo online (Grupos Focais)⁷ pela Plataforma do Meet, nas 5 regiões brasileiras e com moradores de áreas urbanas e rurais.

No que diz respeito ao perfil dos entrevistados, o nosso filtro de recrutamento se deu em pessoas de ambos os sexos, qualquer nível de escolaridade e renda, desde que possuíssem mais de 18 anos e tivessem televisão aberta por meio de antena parabólica em suas residências. Em termos amostrais, realizamos entre os dias 15 de agosto a 10 de setembro de 2022, 81 entrevistas em profundidade (média de 3 por estado) e 10 grupos online, com 6 participantes cada, o que totalizou o alcance de 141 pessoas, como detalhamos nas tabelas de 1 a 5.

Tabela 1 – Distribuição dos domicílios por regiões e moradias rurais ou urbanas nos quais foram realizadas as entrevistas em profundidade.

AMOSTRA	RURAL	URBANA	TOTAL
Centro-Oeste	6	3	9
Nordeste	17	11	28
Norte	13	9	22
Sudeste	10	3	13
Sul	6	3	9
TOTAL	52	29	81

⁴ Diferindo diametralmente da pesquisa quantitativa, que se concentra mais em medições numéricas.

⁵ A ideia foi obter uma compreensão profunda e detalhada das experiências, percepções e significados que os entrevistados atribuíam ao consumo de televisão, bem como os comportamentos associados a tal perspectiva, como o contexto social, cultural e histórico em que essas experiências ocorrem.

⁶ A partir dos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua e do Módulo de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) do IBGE, 2022.

⁷ O que nos permitiu promover a interação entre os participantes e a exploração de perspectivas divergentes. Tal investimento contribuiu para uma compreensão mais completa das complexidades sociais e culturais em estudo, considerando a auto influência dos entrevistados.

Tabela 2 - Idades (médias) por regiões e moradias rurais ou urbanas nas quais foram realizadas as entrevistas em profundidade.

IDADES	RURAL	URBANA	TOTAL
Centro-Oeste	32	31	32
Nordeste	34	30	33
Norte	39	40	39
Sudeste	43	27	40
Sul	38	46	40
TOTAL	37	35	36*

* Sendo o mais jovem com 18 anos e a mais velha de 82 anos.

Tabela 3 - Gênero entre os entrevistados por regiões e moradias rurais ou urbanas nas quais foram realizadas as entrevistas em profundidade.

GÊNERO	RURAL		URBANA		TOTAL
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	
Centro-Oeste	5	1	1	2	9
Nordeste	8	9	5	6	28
Norte	6	7	2	7	22
Sudeste	6	4	1	2	13
Sul	2	4	2	1	9
TOTAL	27	25	11	18	81

Tabela 4 - Número médio de moradores por domicílio e por regiões e moradia rural ou urbana nas quais foram realizadas as entrevistas em profundidade.

Média dos Domicílios	RURAL	URBANA	TOTAL
Centro-oeste	5	3	5
Nordeste	3	3	3
Norte	3	4	3
Sudeste	4	3	4
Sul	4	4	4
TOTAL	4	3	4

Tabela 5 – Distribuição dos grupos focais por datas de realização, regiões e perfil das moradias (rural e urbana)

GRUPOS FOCALIS	DATA	REGIÃO	LOCAL
01	22.08.22	Nordeste	Urbano
02	22.08.22	Nordeste	Rural
03	23.08.22	Centro-Oeste	Urbano
04	24.08.22	Sul	Urbano
05	24.08.22	Sul	Rural
06	29.08.22	Sudeste	Urbano
07	29.08.22	Sudeste	Rural
08	30.08.22	Centro-Oeste	Rural
09	05.09.22	Norte	Urbano
10	06.09.22	Norte	Rural

Por fim, todo o esforço metodológico de abordagem qualitativa se concentrou na análise das “interpretações que os humanos fazem a respeito de como vivem, constroem seus artefatos e a si mesmos, sentem e pensam” (MINAYO, 2014, p.57), objetivando, principalmente, relacionar o uso da parabólica com a constituição da vida social,

comportamentos, resistências e expectativas associadas à sua substituição, com a implantação do 5G no Brasil.

3. Um panorama em transformação

Bucci (1998) defende que a televisão transcende a mera composição de produtos efêmeros destinados à diversão do grande público. Para o autor, no Brasil, ela configura-se como um sistema intrincado que provê a linguagem simbólica através da qual “os brasileiros se reconhecem brasileiros” (BUCCI, 1998, p.21). De fato, o cotidiano das pessoas, principalmente as agrupadas na chamada “baixa renda”, é imbricado com o consumo de televisão e, tal consumo, modaliza e ajuda a construir muito das suas cosmovisões e crenças.

Presente na maior parte dos lares, a televisão geralmente ocupa um lugar nobre: a sala. Lá, democratiza o acesso dos habitantes do domicílio, faz companhia enquanto se realiza as atividades domésticas e possibilita entretenimento coletivo e acesso ao que está acontecendo no mundo. Tal relação, é certo, começa a se desvanecer entre os jovens que buscam um consumo mais individualizado e recorrem, com expressividade, às telas menores dos outros *devices*.

Esse cenário, como esclarece Pereira (2014), é fruto da chamada Era Post-Network, na qual as modalidades televisivas são permeadas pela presença e significativa influência das emergentes formas digitais de comunicação, estabelecidas a partir do início do século XXI. Assim sendo, no cenário de convergência midiática, como postulado por Jenkins (2008), a televisão, outrora a única tecnologia audiovisual predominante no cotidiano da maioria dos indivíduos, agora compartilha espaço com uma multiplicidade de dispositivos e plataformas, o que acaba por modificar o próprio de hábito de assistir televisão na contemporaneidade (GRIPSRUD, 2004).

Contudo, a despeito das infinitas possibilidades digitais e da pulverização das modalidades televisivas, a televisão continua a dominar o espaço público (ou a esfera pública) “de tal forma, que, sem ela, ou sem a representação que ela propõe do país, torna-se quase impraticável a comunicação - e quase impossível o entendimento nacional” (BUCCI, 1998, p. 21).

É justamente a partir da observação desse cenário que nos propomos a refletir sobre o consumo de televisão, quando limitado ao acesso por parabólica – o que

evidência, em grande medida, algumas das desigualdades do contexto social brasileiro, um país vasto e marcado por disparidades.

Buonanno (2013, p.74) ao discutir a escassez televisiva que predominava em tempos passados, assinala que tal condição já deixou de ser a realidade da maioria das pessoas, embora em países considerados desenvolvidos televisivamente, apenas uma parcela da população desfrute de uma abundância total (sem restrições de acesso). Na visão do autor, é plausível supor que uma considerável porção da população global, por escolha ou por necessidade, apenas usufrua das opções da televisão gratuita, adaptando-se à sua disponibilidade onde quer que seja possível, como é o caso da maior parte dos domicílios que contam somente com a transmissão da televisão aberta via parabólica.

Tal fato nos foi revelado de forma muito clara, quando verificamos que nas regiões de menor concentração urbana, a televisão aberta é uma das poucas formas de informação e atualização e, em inúmeros casos, a única fonte de entretenimento das famílias. Em vários dos domicílios pesquisados, por exemplo, não existe a possibilidade de “não ter” uma antena parabólica para assistir televisão já que, sem ela, a televisão passa a ser inacessível.

Aqui a gente só consegue assistir com a antena parabólica, porque não funciona, sem a antena parabólica não funciona mesmo. (Homem, Norte Rural).

Se não tiver a antena parabólica, só pegam dois canais e olhe lá, a Globo, o SBT. E, pela parabólica, minha mãe gosta muito de assistir às missas da Canção Nova. E não tem wifi na tevê, tanto que eu assisto Netflix pelo celular (Mulher, Nordeste Rural).

Desde que eu era pequena, sempre existiu antena parabólica na minha casa, a gente sempre teve e continua usando (Mulher, Nordeste Urbano).

Com a intenção de trazer luz sobre o cotidiano desses domicílios, de forma a descortinar suas condições de acesso, utilização e consumo midiático, este artigo se encarregará de apresentar, antecedendo as principais revelações concernentes ao panorama de consumo de televisão via parabólica, quatro enfoques relacionados ao universo cotidiano dos pesquisados, a saber: 1. Consumo e Intenção de Consumo (bens duráveis para o lar); 2. Características dos Domicílios e Relações do Entorno; 3. Consumo de Mídia; e 4. Impactos Relacionados à Entrada do 5G.

3.1 Consumo e Intenção de Consumo

Ao investigarmos as residências alvo de nosso estudo e questionarmos os moradores sobre recentes padrões de consumo e perspectivas de compra para os próximos meses, com o objetivo de avaliar o interesse em adquirir e substituir a antena parabólica convencional pela digital, constatamos que o consumo estava principalmente focado nas necessidades imediatas. Havia uma ênfase significativa em produtos essenciais e itens que precisavam ser substituídos devido ao desgaste ou mau funcionamento, com uma baixa ocorrência de interesse na aquisição de uma antena parabólica digital.

Estou precisando comprar um ventilador, porque o meu já está pifando. E estou com vontade de comprar uma porta nos próximos meses, mas é muito caro (Mulher, Nordeste Urbano).

Eu estou com planos em comprar um sofá, porque o meu está velho (Homem, Sudeste Rural).

Eu comprei um fogão. E pretendo comprar mais para frente um novo notebook. O meu está querendo me deixar na mão, a bateria está viciada (Homem, Sudeste Urbano).

Em linhas gerais, averiguamos que os gastos foram e eram feitos de forma planejada, controlada e, muitas vezes “não desejada”. Os entrevistados tinham pouca propensão para novas aquisições, com recursos financeiros essencialmente alocados para cumprir com os compromissos regulares do lar, sobretudo nas regiões rurais, onde contabilizamos recorrentes queixas de redução dos postos de trabalho (desemprego). Em uma perspectiva mais abrangente, não seria leviano afirmar, inclusive, que uma considerável parte dos investigados estava trabalhando apenas para assegurar a sobrevivência.

Esse cenário foi mais “acentuado” entre os residentes das regiões rurais, onde houve uma notável redução nas atividades de compra recentes ou uma inclinação em direção a aquisições essenciais para o lar, mas muitos demonstraram preocupação devido à possibilidade de a situação atual persistir por um período prolongado. Isso é atribuído à escassez de oportunidades de emprego e ao aumento dos custos de vida. Por último, é importante enfatizar que nas áreas rurais, as pessoas estão cientes de que os custos são mais elevados devido à escassez de opções, concorrência limitada e distâncias significativas.

3.2 Características dos Domicílios e Relações do Entorno

Considerando apenas as características dos domicílios em relação à televisão e o acesso ao consumo da sua programação, todos os lares participantes da pesquisa possuíam, no mínimo, um aparelho de televisão conectado à antena parabólica. O cenário mais comum consistiu na posse de uma única televisão de tela plana, de dimensões medianas⁸, desprovida de acesso à internet e posicionada na sala de estar, destinada ao uso por toda a família. Além da sala, os quartos foram os cômodos que receberam um segundo televisor, quando era o caso. O terceiro cômodo mais apontado como destino das tevês foi a cozinha.

Na minha casa só tem uma tevê, que é a tevê, assim, da sala mesmo. Ela é uma televisão que fica ligada 24 horas por dia, porque, por ser zona rural, eu acho que é o único movimento que tem, né? E para piorar, a antena parabólica não funciona o canal local... Acho que essa é a única deficiência maior da parabólica, né? [sic] (Mulher, Centro-Oeste Rural).

No que diz respeito ao entorno dos domicílios, apesar da predominância das áreas rurais na amostra (constituindo 2/3 do total), verificamos uma acessibilidade não rara e que proporciona opções condizentes com as necessidades cotidianas das pessoas que lá residem. Quando indagados sobre as características intrínsecas ao bairro, povoado ou local de residência, os elementos de destaque podem ser vistos nas tabelas 6 e 7.

Tabela 6 – Síntese do entorno dos domicílios pesquisados nas áreas rurais.

Centro-Oeste Rural	Nordeste Rural	Norte Rural	Sudeste Rural	Sul Rural
Maior Incidência				
Escola Pública e Posto de Saúde.	Escola Pública e Iluminação Pública.	Escola Pública e Posto de Saúde.	Iluminação Pública, Asfaltamento e Posto de Saúde.	Iluminação Pública, Escola Pública e Posto de Saúde.
Menor Incidência				
Agência bancária.	Agência bancária.	Agência bancária e Creche Pública.	Agência bancária e Posto de combustível.	Agência bancária, Posto de combustível.

Tabela 7 - Síntese do entorno dos domicílios pesquisados nas áreas urbanas.

Centro-Oeste Urbano	Nordeste Urbano	Norte Urbano	Sudeste Urbano	Sul Urbano
Maior Incidência				
Iluminação pública, asfaltamento.	Iluminação pública, asfaltamento, Posto de saúde.	Posto de Saúde, Iluminação pública e Escola Pública.	Todas as possibilidades (100%)*	Todas as possibilidades (100%)*
Menor Incidência				

⁸ A maior parte dos participantes não soube dar especificações técnicas muito detalhadas sobre seus televisores.

Agência bancária e Posto de saúde.	Agência bancária e Transporte Público.	Agência bancária e Creche Pública.	Não há.	Asfaltamento.
------------------------------------	--	------------------------------------	---------	---------------

* Iluminação Pública, Creche Pública, Escola Pública, Transporte Público, Posto de Saúde Asfaltamento, Agência Bancária e Posto de Combustíveis.

Nos domicílios das áreas urbanas a necessidade de deslocamento para fora da cidade, a fim de realizar alguma atividade, é bem reduzida. A maior parte dos entrevistados não se queixou disso. Já entre os moradores das áreas rurais (independente da região brasileira) o deslocamento é bem mais recorrente, principalmente para a realização de exames médicos mais complexos (normalmente de imagem).

3.3 Consumo de Mídia

A televisão aberta surgiu como uma das válvulas de escape do ócio ocasionado pela pandemia, principalmente o noticiário. As plataformas de streaming e as mídias sociais (Facebook e Instagram) foram apontadas como mais acessadas durante e após a pandemia. Boa parte desse consumo (mais elevado) se manteve, ou teve diferenciações por conta das transformações do cotidiano.

As plataformas digitais, principalmente de *streaming*, são úteis por oferecerem uma alternativa para o entretenimento, permitindo certa liberdade para a seleção de conteúdo. Na maioria das vezes não são assistidas com alta regularidade, mas ocasionalmente para programações especiais. Em algumas casas, a Netflix era compartilhada com pessoas que não residiam nelas. Isso porque a contratação dos serviços de *streaming* é baixa ocorrendo, basicamente, nas áreas urbanas. Nas rurais, não é raro as pessoas recorrerem ao DVD e baixarem suas séries em *pen drivers*. Os dois principais motivos são orçamento familiar “apertado” para todas as famílias e, nas áreas rurais, além do orçamento, a instabilidade do sinal de internet.

Minha internet é... um amontoado de moradores... aqui não é tão longe assim, para chegar um sinal, aí aqui já é um pouco mais bosque, é um pouco longe da cidade, mas a quantidade de moradores reuniu e colocou, só que tem o mesmo problema, o wi-fi cai muito [sic] (Mulher, Centro-Oeste Rural).

Ainda assim, é evidente que o acesso à internet tem experimentado um crescimento gradual, notadamente devido à predominância de provedores locais (da cidade ou do próprio bairro) e, em seguida, à adoção de planos oferecidos por empresas de alcance nacional. Concomitantemente, a presença de conexões compartilhadas ou que

operam exclusivamente por meio de dados móveis das operadoras e via transmissão de rádio eram mais prevalentes nas residências situadas em áreas rurais.

Os entrevistados indicaram que o desembolso médio mensal destinado à aquisição de serviços de internet situa-se em torno de R\$ 100,00 por domicílio, com exceção da Região Nordeste, onde a média mensal é de R\$ 75,00. Tal disparidade é atribuível à maior incidência de conexões compartilhadas na região. Na expressiva maioria dos casos, a conexão é feita pelo aparelho celular. Somam-se a ele, o acesso pelo computador ou notebook. O aparelho menos citado para conexão à internet foi a *smart TV*.

Em paralelo, as formas pelas quais os domicílios pesquisados mantêm-se informados são bem uniformes em todos os grupos. A televisão de sinal aberto figura como líder incontestável, tanto em termos de conteúdo de cunho local como nacional. As variações residem apenas na intensidade dessas preferências. São elas, por ordem de recorrência (tabela 8).

Tabela 8 – Preferência de meios/canais de informação por regiões brasileiras entre os pesquisados.

Nordeste	Centro-Oeste	Sul	Sudeste	Norte
Redes Sociais (WhatsApp, Instagram e Facebook)	TV (programação local)	TV (programação local)	WhatsApp, Instagram, Facebook, YouTube, Twitter e pesquisas livres no Google	Redes sociais (WhatsApp, Instagram, Facebook e Youtube)
TV (programação local)	TV (programação nacional)	Redes Sociais (WhatsApp, Facebook e Instagram)	TV (programação local)	TV (programação local)
Portais de notícias (G1, R7)	Redes Sociais (Instagram, WhatsApp)	Rádios locais (Caiçara FM, Prefeitura de São Leopoldo)	TV (programação nacional)	Telejornais nacionais (JN, CNN)
Portais de notícias regionais (Sobral Online, No CaririTem)	Rádios locais e portais de notícias (G1, Sinop Mil Graus)	Jornais locais (Zero Hora, Diário Gaúcho) Grupo RBS	Portais de notícias locais (São Roque e Região) e nacionais (G1)	

As mídias sociais, mesmo estando entre as mais citadas, foram apontadas como as mais suscetíveis a questionamentos (“inseguras”) em virtude da disseminação de notícias falsas (*Fake News*).

Assim, eu estou que nem a Steffani, porque se a notícia é nas redes sociais, a gente fica meio assim, se é falso ou verdadeiro, mas se passou no jornal, entendeu? Aí a gente sabe que é verdade, é uma notícia mais verídica, entendeu? Porque no jornal, tipo da tevê, é uma informação mais apurada, entendeu? [sic] (Mulher, Nordeste Urbano).

Por isso, os noticiários televisivos (sejam locais ou nacionais) e os portais de notícias são considerados as fontes mais seguras e detentoras de maior credibilidade. De forma unânime, as grandes emissoras são as mais vistas e citadas. A tabela 9 exhibe as emissoras listadas em ordem de lembrança, iniciando pelas mais lembradas por regiões.

Tabela 9 – Emissoras mais lembradas e consumidas nas regiões (por maior recorrência nas citações).

Nordeste	Centro-Oeste	Sul	Sudeste	Nordeste
TV Globo Record TV SBT Bandeirantes Rede Vida Canção Nova BandNews GloboNews TV Câmera TV Senado	TV Globo SBT Record TV Bandeirantes Rede TV! Canção Nova	TV Globo SBT Bandeirantes Record TV Rede Vida TV Aparecida TV Brasil TV Futura TV Cultura	SBT TV Globo Record TV Bandeirantes Canal Agro TV Justiça Rede Vida	SBT Record TV TV Globo Bandeirantes Rede TV! TV Cultura

Emissoras de caráter religioso também surgiram, ao longo das conversas nos grupos, como essenciais ao exercício religioso cotidiano. É um hábito já estabelecido e recorrente em alguns domicílios, no entanto, a presença da programação religiosa é limitada, sendo mais prevalente o consumo entre indivíduos mais velhos. Esse hábito também é mais “contido”, no grupo Norte Rural, não havendo qualquer citação de emissoras como Canção Nova, Rede Vida ou TV Aparecida - de vertente católica. Uma das participantes compartilhou que acompanhava a programação religiosa evangélica através da Record TV.

O rádio surgiu como um veículo relativamente forte, sobretudo nas comunidades rurais e nos locais nos quais os entrevistados relataram uma qualidade inconsistente/irregular dos sinais televisivos e de acesso à internet. Como mídia, o rádio foi considerado um canal efetivo para se ficar a par das notícias e escutar música e programas religiosos.

Eu tenho o costume de ouvir rádio sim, e eu escuto FM, mais música, mas essa FM que eu escuto sempre tem notícias da cidade, “ah, aconteceu um acidente” e eles avisam na rádio, quando morre um ator, que volta e meia acontece, a rádio está sempre comunicando [sic] (Homem, Sul Urbano).

Contudo, a frequência de consumo de programação radiofônica é altamente variável. Desde alguns minutos por dia, sintonizado no som do carro, como diariamente, por horas. Há também os que consomem “por tabela” (algum membro da família ouve regularmente e os outros são alcançados). Os grupos que mais citaram o rádio como

veículo ativo foram: Norte Rural e Sul Rural, nessa ordem. E os que menos citaram o rádio foram Nordeste Urbano e Sudeste Rural.

3. 4. Impactos relacionados ao desligamento da transmissão de televisão aberta pela Banda C.

A ideia do desligamento da transmissão de televisão e a necessidade de troca da parabólica suscitam considerável preocupação em relação à qualidade e estabilidade do sinal, bem como à possibilidade de perda de canais. Isso ocorre devido à utilização atualmente baseada na confiabilidade da transmissão e na amplitude dos canais disponíveis. Nesse ponto, os entrevistados se questionam se a transição das emissoras pequenas e religiosas para o novo modelo de transmissão será tão abrangente quanto é atualmente.

Saber da necessidade de troca das parabólicas foi “surpresa” para a maior parte dos entrevistados. A desinformação atingiu a maioria das pessoas que constituíram a amostra desta investigação em setembro de 2022. Entre os poucos que sabiam, a informação mais conhecida era a assistência governamental para as pessoas que possuíam o Cadastro Único, que teriam a troca da parabólica tradicional pela digital gratuitamente⁹.

Eles estão informando que as pessoas que são cadastradas no Cadastro Único vão ter três meses para poder trocar... aí eles passam o número de telefone, que é o 0800, para a pessoa ligar e se informar melhor e ter outras informações quando o sinal chegar no estado. No caso, eu não liguei, porque eles passam uma mensagem grande e comprida, a mensagem tem mais ou menos cinco minutos, eles falam: “aguarde, quando chegar no seu estado...”, não sei se vocês já viram esse comercial, aqui eles passam e é no canal Rede Globo. Aí ele disse que depois que chegar no estado, você vai ter que esperar ainda três meses para poder fazer o pedido, entendeu? Da troca e você vai ter que ligar para a pessoa vir instalar na sua casa. Eu faço parte do Cadastro Único. Quando chegar na minha região, eu vou ligar logo, entendeu? [sic] (Mulher, Nordeste Urbano).

Para além dos que teriam direito ao kit gratuito, de forma expressiva, vários participantes afirmaram que demandariam certo tempo para substituir a antena, sugerindo a estimativa de 1 a 3 meses para organizarem o orçamento e realizarem tal investimento. De modo controverso, todos os que disseram “resolver mais rapidamente suas pendências” estão aguardando o “desligamento do sinal da parabólica” para efetuar a transição. Fato que pode ser associado à falta de recursos financeiros para a troca.

⁹ Apenas as famílias inscritas em programas sociais do Governo Federal (CadÚnico) e que possuem uma parabólica tradicional instalada e funcionando têm direito à instalação do kit gratuito com a nova parabólica digital.

Eu procuraria informação. Como não vai funcionar, não tem muito o que fazer, né? A não ser comprar um novo aparelho. Dependendo do custo, se eu tiver com prioridades maiores, eu com certeza vou adiar (Mulher, Sudeste Urbano).

Eu acredito que se for para a melhoria, não tem importância, mas se for um custo maior, a gente acaba sendo prejudicado. Olha, eu acredito que a gente teria que ver o benefício que ela traria para a gente, qual é a diferença de uma para a outra para eu poder analisar em questão... e eu acho que uns 300 reais se for para uma garantia de que a gente vá utilizar por anos com essa nova, tudo bem, mais do que isso eu acredito que seja um absurdo. E eu faria essa mudança... me programaria para uma semana porque ficar sem assim é difícil, mesmo porque a gente está acostumado, então é difícil ficar sem, então eu tentaria me adaptar o mais rápido possível, e sem ultrapassar esses 300 reais [sic] (Homem, Sul Urbano).

É, no caso se não tivesse outra maneira de eu conseguir o sinal da televisão aberta, eu iria para o DVD. Eu já fiquei um mês sem televisão e foi horrível, eu tive que dar um jeito de conseguir comprar logo uma e eu comprei uma de tubo para ter logo as minhas necessidades, e aí depois eu comprei essa outra da qual eu te falei, porque esse tempo sem televisão foi horrível [sic] (Mulher, Norte Urbano).

Sob outra perspectiva, percebemos que os domicílios com maior vulnerabilidade financeira tendem a se distanciar da televisão aberta (deixariam de assistir) por um intervalo significativo, recorrendo ao uso de DVDs e/ou ao *download* de filmes em dispositivos de armazenamento portáteis (como pen drives), especialmente nas áreas de Norte (Rural e Urbano), bem como nas regiões Nordeste e Sudeste (Rural).

4. À guisa de algumas descobertas e conclusões

Em consonância com o contexto no qual as pessoas se relacionam com a televisão aberta, especialmente quando o consumo se limita à transmissão por parabólica, nossa investigação revelou importantes achados. O primeiro deles se relaciona à relevância das políticas públicas voltadas ao suporte para a transição da parabólica tradicional para a digital, particularmente entre os beneficiários de programas sociais federais, que terão a troca gratuitamente.

Essa abordagem se fundamenta na percepção de que a atual precariedade no acesso às transmissões digitais e a obrigatoriedade da substituição das parabólicas resultariam em patente exclusão comunicacional, caso não fossem implementadas políticas públicas para resolver essa questão. Não resta dúvida, portanto, que a televisão consumida via parabólica ainda é claramente delineada como uma via democrática e, amplamente acessível de comunicação, em contraste com a seletividade, a dificuldade (pela instabilidade do sinal digital) e os custos associados à internet.

Outro achado importante está ligado à percepção de que, entre os participantes da pesquisa, a televisão via parabólica é genuinamente vista como um meio que facilita a conexão com o mundo e reduz a possibilidade de isolamento, especialmente em áreas rurais. Não por acaso, a maioria dos entrevistados considera importante o acesso aos canais da televisão aberta, uma vez que estes se inserem de forma significativa em sua cultura, rotina e tradição familiar.

Em paralelo, as narrativas que coletamos testemunham que, além do aspecto informativo, o meio é expressamente associado ao lazer e ao entretenimento. A sua supressão, por conseguinte, suscitaria uma sensação de vazio em termos de informação e diversão, sobretudo nas áreas rurais, onde as opções recreativas são bem mais limitadas. Por conta disso, ao serem instados a imaginarem-se privados da televisão aberta, as pessoas manifestam inquietação, evidenciando sentimentos de frustração, desorientação e tristeza, além da manifestação de um forte desejo de restabelecer o acesso a ela.

No que concerne à diferenciação de perfil nos domicílios, identificamos três modalidades básicas de consumo televisivo: 1. os lares em que a televisão é utilizada como “pano de fundo”, com a atenção dispersa e dividida entre outras atividades; 2. os lares em que a televisão é percebida como a representação da realidade, sendo a principal fonte de entretenimento e informação; e 3. os lares nos quais a televisão permanece constantemente ligada, funcionando como um meio de comunicação central na residência.

Essas modalidades sofrem algumas variações quando analisamos a população rural, onde a presença limitada da internet resulta em uma maior demanda da televisão aberta. Isso se deve tanto à dificuldade de acesso ao conteúdo quanto à importância da televisão como uma fonte de companhia, entretenimento e lazer. Por outro lado, também notamos um claro desinteresse pela televisão aberta entre a população urbana e mais jovem, que demonstra uma maior inclinação para substituí-la pelo uso do celular. Uma exceção a essa tendência é observada nas residências com crianças, onde a importância da televisão para elas se destaca como uma preocupação adicional, ou em lares com indivíduos mais velhos, que mantêm um forte apego ao meio devido a hábitos estabelecidos de longa data.

Por fim, outro achado relevante da pesquisa é a perspectiva otimista em relação à chegada do 5G, que é vista como um passo à frente devido à associação direta com

dispositivos celulares e às novas oportunidades que ele traz, afinal, as novas tecnologias da informação estão contribuindo para uma reconfiguração econômica, social e cultural.

No entanto, apesar da possibilidade de um novo paradigma tecnológico emergir e, em certa medida, democratizar o acesso a recursos anteriormente "inalcançáveis", ainda não está claro, para a maioria das pessoas, o que vai mudar e quais serão os reais "benefícios" para a população. Ou seja, a sensação de prejuízo e perda ainda é patente, apesar de ser em menor grau do que foi na transição da televisão analógica para a digital¹⁰. A primeira e maior preocupação de todos é ter que fazer um "investimento" para algo que, pelo menos em tese, está funcionando bem.

5. Referências

- GOMES, L. F. **Cinema nacional**: caminhos percorridos. São Paulo: Ed. USP, 2007.
- BUCCI, E. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo Editorial, 1996
- BUONANNO, M. Uma eulogia (prematura) do broadcast: o sentido do fim da televisão. **Revista Matrizes**, v.9, nº 1 jan./jun 2015.
- DE JESUS SOARES, S. (2020). Pesquisa Científica: Uma Abordagem sobre o Método Qualitativo. **Revista Ciranda**, 3(1), 1–13. Disponível em: <https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/ciranda/article/view/314>. Acesso em: 5 ago. 2023.
- GRIPSRUD, J. Broadcast television: the chances of its survival in a digital age. In: SPIGEL, Lynn e OLSON, Jan (eds.). **Television after TV**: Essays on a medium in transition. Durham: Duke University Press, 2004.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.
- MCLUHAN, M. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. São Paulo: Nacional, 1977.
- MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 14ª edição. São Paulo: Hucitec Editora, 2014.
- PEREIRA, L. C. **Repensando o telejornalismo a partir da digitalização da TV**: em busca de formatos interativos. 243p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.
- POPE, C.; MAYS, N. **Pesquisa qualitativa na atenção à saúde**. 2ª edição. Porto Alegre: Artmed, 2005.

¹⁰ Situação verificada em pesquisas anteriores que desenvolvemos por ocasião da implantação da televisão digital no Brasil.