



Região Metropolitana de Campinas aguarda definições sobre rádio digital¹

Luiz Antonio VELOSO SIQUEIRA²

Wanderley Florêncio GARCIA³

Faculdade Prudente de Moraes, Itu, SP

Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, SP

RESUMO

Este trabalho reúne informações coletadas junto a duas emissoras de rádio da Região Metropolitana de Campinas, no interior do estado de São Paulo: Vox 90 FM e CBN Campinas, que realizam testes com transmissão de sinal digital. O trabalho aponta que os testes realizados nas duas emissoras são apenas técnicos e que ainda não há estudos nem projetos para implantação de novos conteúdos no novo sistema digital. As emissoras aguardam a definição do governo federal e o aumento do número de receptores de sinal digital no país para aumentar os investimentos na nova tecnologia.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio Digital; FM São Paulo; Iboc; Região Metropolitana de Campinas.

Introdução

Duas emissoras de rádio fazem testes com sinal digital na Região Metropolitana de Campinas (RMC), que possui população de 2.620.909 habitantes (SÃO PAULO), no interior do Estado de São Paulo: Vox 90 FM, de Americana, e CBN Campinas. Operando na mesma região em FM, as duas emissoras têm programações distintas. Enquanto a Vox 90 FM dedica-se à programação musical e entretenimento, a CBN Campinas transmite conteúdos jornalísticos 24 horas por dia. Em cada uma delas, os testes e os avanços em rádio digital estão em estágios diferentes, porém as duas

¹ Trabalho apresentado no NP Rádio e Mídia Sonora do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação pela Cásper Líbero. Docente da UNIMEP (Universidade Metodista de Piracicaba); ISCA (Instituto Superior de Ciências Aplicadas de Limeira) e FPM (Faculdade Prudente de Moraes de Itu), das disciplinas Radiojornalismo I e II; Introdução ao Jornalismo audiovisual e História da Comunicação. Experiência de 25 anos em emissoras de rádio, como locutor, coordenador, diretor artístico e diretor Geral. E-mail: luizveloso@terra.com.br

³ Mestre em Ciência da Informação e jornalista graduado pela Puc-Campinas, é professor da Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP) e da Fundação e Ensino Superior de Passos/Universidade Estadual de Minas Gerais (FESP/UEMG) nas disciplinas de Radiojornalismo I e II, Gêneros Jornalísticos em Rádio, Jornalismo Impresso. email: wanderleyfgarcia@yahoo.com.br



emissoras aguardam definições por parte do governo federal para poder avançar nos testes e principalmente colocar novos conteúdos no ar.

A indefinição quanto ao padrão de rádio digital que será adotado no Brasil e também como será a regulamentação desse novo serviço cria barreiras para novos investimentos e para experiências mais ousadas por parte das duas emissoras. Embora o governo aponte que a definição não demorará a acontecer, sucessivos adiamentos e prorrogações deixam o setor em expectativa. Exemplo deste atraso pode ser encontrado na edição de maio/junho da revista da Associação das Emissoras de Rádio e TV do Estado de São Paulo (Aesp), o ministro das Comunicações, Hélio Costa, informava que o processo de definição estava na fase final:

Assim que os dados do relatório final⁴ forem concluídos, tenho trinta dias para encaminhar ao presidente da República e definirmos a escolha. Isso deve acontecer ainda neste primeiro semestre (O PADRÃO..., 2008, pg. 28)

Até 4 de julho de 2008 a definição não havia sido anunciada pelo governo, prolongando ainda mais o tempo que as emissoras desejam para poder definir maiores investimentos na digitalização das transmissões de rádio. O próprio ministro afirmou posteriormente, dia 24 de junho de 2008, que o relatório final será encaminhado ao presidente Luis Inácio Lula da Silva em “no máximo” dois meses e que “ainda este ano” o Brasil terá o serviço de rádio digital em funcionamento. (HÉLIO...2008).

Além das incertezas a respeito da regulamentação do sistema de rádio digital no Brasil, há ainda a preocupação com o futuro desse meio de comunicação em função das transformações impostas pelas novas tecnologias. São transformações que vão além de simples inovações tecnológicas, uma vez que alteram de forma profunda a maneira como o indivíduo se relaciona com a mídia. O rádio deverá, portanto, se transformar para atender a um novo perfil de ouvinte, que ainda está em processo de formação.

Para Bufarah (2006), a digitalização é mais uma etapa no processo de evolução do rádio e que não pode ser vista como ameaça ao veículo. “Ao analisarmos sua história

⁴ Relatório elaborado pela Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Aesp e Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), com supervisão do Instituto Mackenzie.



veremos que o desenvolvimento do rádio sempre esteve ligado diretamente aos avanços tecnológicos que por sua vez impulsionaram este veículo mais uma vez a diante.”

As tecnologias que surgem não devem ser vistas – tanto pelos radiodifusores como pelos, profissionais, como pelos pesquisadores e estudiosos do rádio – como uma ameaça, mas como transformações que levarão o rádio para um novo modelo nos processos comunicacionais.

[...] o novo panorama desenhado pelas possibilidades tecnológicas, como a internet, deve alterar a ecologia dos meios de comunicação, o que não significa o fim do rádio atual. O que deve mudar, principalmente, é a convivência entre os antigos e os novos meios. (HAUSSEN, 2004, p. 61-2)

BIANCO (2001) acredita que a segmentação será o caminho e que o oferecimento de conteúdos de qualidade e com público bem definido será a saída para o rádio digital conquistar seu espaço na disputa com outros meios de comunicação. Em parte, isso decorrerá da possibilidade de transmissão de dados a partir dos novos equipamentos digitais. Se por um lado, essa inovação trará inúmeras possibilidades, por outro exigirá dos radiodifusores maior conhecimento do público com investimentos em pesquisas de opinião e na elaboração de programação segmentada e diversificada.

Aqueles que continuarem arraigados a um modo antigo de fazer rádio – sem compromisso com a audiência e direcionado apenas a promoção política ou religiosa - vão perder espaço para os que souberem oferecer informação e serviço de qualidade. (BIANCO, 2001, p. 39-40)

Os testes realizados atualmente poderão indicar o caminho pelo qual o rádio passará nos próximos anos rumo à digitalização e à convergência digital. Conhecer os estágios desse processo é importante para identificar em que direção o rádio deve seguir, embora não existam garantias de que aquilo que é testado e talvez identificado como solução ideal hoje será de fato adotado no futuro. As experiências atuais apresentam um indicativo, mas é evidente que as transformações vão muito além do que é possível prever e planejar no âmbito das emissoras de rádio.

CBN Campinas: a espera de definições



Com programação noticiosa 24 horas por dia, a CBN Campinas, 99,1 MHz, é uma emissora filiada à Rede CBN (Central Brasileira de Notícias). O alcance da emissora, segundo seu site⁵ é de 58 municípios com população total de 5,9 milhões de habitantes (CBN CAMPINAS).

Os testes realizados pela emissora desde o início de 2007 limitam-se, por enquanto, à transmissão e recepção uma vez que conteúdos exclusivos ainda não são gerados para o rádio digital. Para o diretor de Jornalismo da emissora, Edilson Damas⁶, ainda é cedo para uma definição de conteúdos digitais. Apesar de não haver estudo avançado, a emissora pensa em colocar no ar um subcanal com programação cultural.

Para o diretor, a região metropolitana tem público com interesse neste tipo de conteúdo e há patrocinadores em potencial. No entanto, a emissora ainda não está preparando a programação para o subcanal e só deverá fazer isso após definições do governo federal quanto ao padrão de rádio a ser adotado e à regulamentação do novo serviço de rádio digital.

Damas acredita que o Rádio, mesmo o digital, abre um espaço para a experimentação devido à interatividade que o meio proporciona. Para ele, é possível aferir rapidamente a qualidade e a penetração do conteúdo que é colocado no ar em função dos retornos dados pelos ouvintes. Damas afirma que:

no momento as rádios que estão experimentando, não estão fazendo todo o trabalho para o ouvinte. Estão fazendo de fora para dentro, internamente, é o que nós também estamos fazendo. Temos preocupação muito grande. Quando colocarmos este produto na praça, temos que ter qualidade bem próxima da qualidade de hoje da CBN.

Apesar da experimentação permitida pelo Rádio, Damas afirma que antes de colocar um novo conteúdo em rádio digital, a emissora precisa constituir uma equipe preparada trabalhar no novo sistema, além de construir condições comerciais para que a programação se torne viável financeiramente.

Atualmente, o único conteúdo exclusivamente digital oferecido pela CBN Campinas está no display (visor) dos receptores, que apresenta informações sobre a

⁵ www.cbncampinas.com.br

⁶ Entrevista concedida em 10 de junho de 2008.



emissora. Porém, as informações não são atualizadas. Damas informou que num prazo de seis meses o ouvinte poderá receber mais conteúdo no display, com notícias atualizadas a cada cinco minutos, que vão sendo substituídas constantemente. Hoje a CBN Campinas testa um gerador de caracteres RDS (Radio Data System) com 16 caracteres.

O diretor de jornalismo da emissora aponta ainda que a migração para o rádio digital deverá provocar grande modificação nos hábitos dos ouvintes e que esta mudança deve ser compreendida e assimilada pelas emissoras. O diretor aponta mudanças que já percebeu no comportamento dos europeus:

Você vai em Londres, o aparelho rádio é um artigo em extinção. Hoje, 80% dos londrinos escutam rádio pelo celular (...). Eu acho que os empresários estão corretos em tratar isso com muito cuidado.

Para Damas, as empresas devem esperar do governo federal uma definição para poder fazer investimentos maiores em tecnologia de transmissão digital. Ele destaca, no entanto, que vários equipamentos utilizados na emissora já foram substituídos por digitais, como o estúdio móvel⁷ e gravadores dos jornalistas. No entanto, os maiores investimentos, em antenas e transmissores, só devem ser feitos após o sistema digital ter mais definições. É necessário ainda que os receptores sejam digitais para que a nova tecnologia e novos conteúdos tenham público ouvinte.

O engenheiro responsável pela implantação do sistema digital na CBN Campinas, José Roberto Fidalgo⁸ diz que a emissora faz “medições discretas”, principalmente análise espectral, para testar o sistema digital de transmissão.

Um dos problemas para a migração do sistema analógico para o digital Iboc (In-Band On-Channel)/Ibiquity é o delay de 8 segundos, que foi solucionado pela rádio Cultura AM de São Paulo com a compensação do atraso, retardando o sinal analógico no mesmo tempo. A CBN Campinas ainda não testou esta possibilidade, mas acredita que é uma solução possível, principalmente para a emissora que trabalha com notícia e

⁷ Equipamento que permite a montagem de um pequeno “estúdio” em qualquer ponto da cidade, utilizado em cobertura de eventos e fatos de grande repercussão local.

⁸ Entrevista concedida em 10 de junho de 2008.



não pode permitir que um ouvinte que pare de receber o sinal digital e passe ao analógico perca também a compreensão da notícia em função da diferença de tempo entre as duas transmissões. Para Fidalgo, o delay também provoca problemas para o locutor que está no ar e fala ao vivo com um ouvinte por telefone. Para o engenheiro, os dados digitais recebem uma série de tratamentos em diversos equipamentos da rádio e da empresa de telefonia. Se estes processamentos não estiverem adequados, a transmissão de dados fica comprometida. “O bit vira bot”, afirma, em tom de brincadeira, para deixar claro que os resultados podem ser muito diferentes do esperado e que não há garantias de que forma a mensagem chegará ao ouvinte.

A CBN Campinas emite os sinais com dois jogos de antenas distintos, um analógico e outro digital. O conjunto analógico está colocado acima do digital e, por isso, há pontos em que o sinal digital não chega aos aparelhos receptores. Nesses casos, a recepção digital é completamente interrompida, enquanto que o analógico apresenta falhas, como ruídos, mas a recepção é mantida.

Quanto à diminuição do consumo de energia, Fidalgo afirma que esta é uma vantagem que só será percebida pelas emissoras quando o processo de migração terminar e apenas transmissões digitais forem feitas. Enquanto o sinal analógico for transmitido, a economia de energia não será percebida. Além disso, o engenheiro aponta que é necessário compreender que a economia se dará apenas na potência aplicada à antena, mas que nos demais equipamentos da emissora, o consumo permanecerá o mesmo, uma vez que vários equipamentos internos já são digitais, apesar da transmissão analógica.

O engenheiro também aposta na transformação do modelo de negócio de radiodifusão, com a oferta de subcanais. Ele cita que a CBN Campinas, que hoje transmite apenas conteúdo noticioso, poderá ter um subcanal que pode ser comercializado e oferecendo conteúdo, por exemplo, para hotéis e restaurantes, que pagariam para ter acesso. As possibilidades apontadas são apenas indicações e a emissora não tem nenhuma decisão a respeito e sequer faz estudos avançados para a implantação dessa proposta.

Fidalgo aponta a dificuldade ainda existente para formar público para o rádio digital. Um dos motivos é a falta de regulamentação do serviço e o alto custo dos equipamentos receptores.



Canal adjacente no interior

A Vox 90 FM, 90,3 MHz, faz testes em rádio digital desde junho de 2006 e após um ano implementou os testes em multicasting com a implantação de um canal adjacente com programação musical.

A emissora transmite a partir de Americana, município da Região Metropolitana de Campinas, com população de 199.094⁹ em 2007 e a 126 quilômetros da capital do estado.

Os testes ainda se voltam fundamentalmente à análise da transmissão e recepção do sinal. O conteúdo ainda não é alvo de atenção da emissora, uma vez que o número de ouvintes é muito pequeno. O gerente administrativo da Vox 90 FM, Luis Gustavo de Alvarenga Campos¹⁰ destaca que os testes foram interrompidos por dois meses por conta de um defeito no modelo de potência do transmissor digital.

Quanto à cobertura, o sistema digital apresenta quase o mesmo alcance, limitado apenas pelo fato de que as antenas do sinal digital estão localizadas 15 metros abaixo das antenas do modo analógico. Esta distância deve ser mantida para evitar interferências de um sistema no outro em função do retorno das irradiações.

Os testes com o canal adjacente, no entanto, não indicam que a emissora pretenda investir definitivamente nessa opção, em função da ausência de ouvintes. Mas alguns indícios já são apontados de como não poderá ser este subcanal. Para Campos, não deverá ser um canal exclusivamente musical como é hoje nos testes. Mas, por enquanto, a emissora não está preocupada em definir uma programação para o serviço atualmente.

O delay de oito segundos não é visto como dificuldade para a Vox 90 FM. Embora exista hoje, a emissora acredita que conseguirá usar sem problemas a solução da Cultura AM, de São Paulo, retardando a transmissão do sistema analógico.

O gerente da Vox 90 FM reclama dos custos do sistema digital, principalmente da exigência de pagamentos de royalties para a Ibiqity, empresa proprietária do Iboc. Para Campos, como os equipamentos já devem ser comprados, as emissoras não deveriam pagar a licença, a não ser sobre serviços novos e exclusivos. Para o funcionamento básico em padrão digital, o gerente entende que o custo já está pago com a aquisição dos equipamentos.

⁹ Estimativa IBGE

¹⁰ Entrevista concedida em 02 de julho de 2008.



O atraso da digitalização do rádio em comparação com a TV, para Campos, se explica pelo menor volume de recursos financeiros envolvidos na apuração. Como a televisão movimenta mais dinheiro, os investimentos podem ser maiores e mais rápidos.

Campos entende que a digitalização do rádio FM depende apenas da definição do governo, que para ele deve ser pelo sistema Iboc, o mesmo que a emissora está testando.

Após a regulamentação do sistema devem surgir mais soluções técnicas para o sistema digital e “o ganho vai ser fantástico”, afirma.

O caminho para as emissoras será a produção de conteúdos que atraiam os ouvintes e que os mantenham fiéis à emissora. Para o gerente da Vox 90 FM, isto vai exigir profissionais mais capacitados. Nas emissoras FM comerciais, a figura do locutor que apenas anuncia nomes músicas e intérpretes deve ser substituída por outra, com profissional mais ativo, que traga mais informações e que seja mais carismático. Campos afirma que o futuro do rádio depende da conquista por novos ouvintes:

Cabe a nós, radialistas e radiodifusores, de forma geral incentivar as crianças a ouvir o rádio e lógico que deve ter conteúdo para essas crianças, porque senão vai ter uma geração que não vai saber o que é rádio. Na verdade, dentro de casa as crianças não utilizam mais o aparelho de rádio. Utilizam mais dentro do carro.

O investimento da emissora em equipamentos foi de R\$ 150 mil com a aquisição do transmissor. A antena utilizada é uma reserva que já existia na emissora. Mais investimentos devem ser feitos a partir das definições do governo federal.

Considerações finais

A Região Metropolitana de Campinas é um importante pólo econômico do estado de São Paulo e possui duas emissoras de rádio FM transmitindo sinais digitais em caráter experimental. No entanto, os avanços desses testes dependem da definição do governo federal de qual deverá ser o sistema padrão do serviço de rádio digital a ser adotado no país. As duas emissoras testam o sistema Iboc, da empresa norte-americana Ibiqity. Embora haja uma expectativa de que será esse o sistema adotado, as emissoras Vox 90 FM e CBN Campinas aguardam a definição para poder fazer mais investimentos em equipamentos e programação.



Os testes realizados tanto em Campinas como em Americana demonstram que as emissoras preocupam-se fundamentalmente, no momento, com aspectos técnicos das transmissões. Quanto aos conteúdos, as emissoras aguardam o aquecimento do mercado de rádio digital para poder lançar novos produtos, com vistas à provável segmentação que o rádio digital irá fomentar.

A Vox 90 FM já realiza testes com canal adjacente, embora ainda não produza programação segmentada, em função da falta de público. A emissora preocupa-se, no momento com os aspectos técnicos da transmissão e recepção. Quanto ao conteúdo, este só deverá fazer parte das preocupações da empresa após a definição do sistema e a regulamentação do serviço, que possibilitarão a formação de novo público.

A CBN Campinas realiza apenas testes de transmissão e recepção digital do canal principal, embora reconheça que a utilização de canais adjacentes deverá ser uma das maiores preocupações – e investimentos – da emissora no futuro. A indefinição e a falta de público fazem com que a emissora seja bastante tímida na realização de testes e não produza nenhum tipo de conteúdo para o rádio digital.

Fica evidente que enquanto não houver definições do governo brasileiro, o sistema de rádio digital na Região Metropolitana de Campinas deve caminhar muito lentamente. As experiências das duas emissoras demonstram que há pouco interesse em fazer investimentos volumosos sem que haja segurança de qual sistema será adotado e de como será possível formar novo público ouvinte.

No entanto, ainda não há sinais, por parte das emissoras, de que assim que houver a regulamentação, haverá investimentos maciços e experimentações mais intensas a cerca do rádio digital.

Referências

BIANCO N. R. Cautela, riscos e incertezas na implantação do rádio digital no Brasil. In: MOREIRA, S.V. (org.), BIANCO, N.R. (org.) Desafios do rádio no século XXI. São Paulo Rio de Janeiro: Intercom UERJ, 2001. 256 p GT's INTERCOM, nº 12.

BUFARAH JUNIOR, A. Panorama sobre a implantação do Rádio Digital no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. Anais...São Paulo: Intercom, 2006. CD-ROM. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/20094/1/Alvaro+Bufarah+Junior.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2008



CBN CAMPINAS. Área de abrangência. Disponível em: <<http://www.cbncampinas.com.br/secao.asp?i=12&a=57>>. Acesso em: 02 jul. 2008.

HAUSSEN. D. F. Rádio Brasileiro: uma história de Cultura, Política e Integração. IN: Rádio: sintonia do futuro. BARBOSA FILHO, A. PIOVESAN, A. BENETON, R. (orgs.). São Paulo: Paulinas, 2004.

HÉLIO Costa diz que rádio digital será implementada ainda em 2008. Barriga Verde. 7 jul. 2008. Disponível em <<http://www.mc.gov.br/>>. Acesso em: 14 jul. 2008.

O PADRÃO digital deverá ser escolhido neste primeiro semestre. Revista da Aesp. [São Paulo], ano III, nº 8, pg. 28, mai./jun. 2008.

SÃO PAULO (Estado). Agemcamp. **Região Metropolitana de Campinas** – RMC. Disponível em: <<http://www.agemcamp.sp.gov.br/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=38>>. Acesso em 02 de jul 2008.