



Condições de Adaptação do Rádio Brasileiro à Tecnologia de Difusão Digital¹

Nelia R. Del Bianco (UnB)²
Carlos Eduardo Esch (UnB)³

Resumo:

O texto aborda as primeiras conclusões da pesquisa “Mapeamento das condições técnicas das emissoras de rádio brasileiras e sua adaptabilidade ao padrão de transmissão digital sonora terrestre” que está sendo realizada pelo Laboratório de Pesquisa em Políticas de Comunicação da UnB (LAPCOM) junto às emissoras de rádio de todo o país. Resultados revelam que a maioria das emissoras está digitalizada na parte de produção. No entanto, 37% delas ainda funcionam com transmissor valvulado, entre as comerciais AM e educativas. Situação que merece reflexão a considerar que essas emissoras possuem poucos recursos para investir equipamento transistorizado. Destaca políticas públicas que podem ser aplicadas ao processo de transição para garantir a sustentabilidade do setor.

Palavras chaves: Rádio Digital; Radiodifusão; Inovação Tecnológica; Digitalização.

Ao longo da última década vem se conformando no mundo e, particularmente, no meio radiofônico, um consenso sobre a necessidade de digitalizar a radiodifusão como processo essencial que permitirá a integração das mídias audiovisuais à incessante marcha rumo à convergência tecnológica. Em defesa da digitalização, o Livro Verde da Comissão Europeia (1997) aponta que a adoção da tecnologia digital é muito mais do que uma questão técnica. As transformações por ela operadas incidirão em todos os segmentos da cadeia de valor do setor, desde a produção de conteúdo, passando pela transmissão e alterando, inclusive, processos de recepção. Além disso, ao considerar o papel da radiodifusão na sociedade moderna, o impacto dessas mudanças serão, ao mesmo tempo, de natureza econômica, social e política.

A migração digital traz em si vários desafios para o sistema de radiodifusão e a indústria do setor. Destaque-se o de produzir, a custos módicos, uma grande quantidade de novos receptores que deverão substituir os atuais analógicos, além do estabelecimento de uma estratégia industrial e tecnológica que possa permitir uma plena

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia Sonora e Rádio do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora da Faculdade de Comunicação da UnB. Doutora em Comunicação pela ECA-USP e Pós-doutorado na Universidade de Sevilla. e-mail: nbianco@uol.com.br

³ Professor da Faculdade de Comunicação da UnB. Doutor em Sociologia e Ciências da Comunicação pela Universidade Complutense de Madri. e-mail: caduesch@hotmail.com



e segura adaptação dos parques de transmissão das emissoras espalhadas pelo país. Na visão da Comissão Europeia duas forças atuam no processo midiático de conversão digital: o mercado e a demanda do consumidor. É um processo impulsionado pelo mercado, não como uma simples mudança de infraestrutura, mas sim pelo valor agregado aos produtos das mídias tradicionais que poderão ser oferecidos ao público (Livro Verde, 1997 4-7).

As potenciais inovações e serviços a serem oferecidos ao consumidor a partir das mudanças operadas pela digitalização, tem sido ressaltadas pela União Internacional de Telecomunicações – UIT - desde 1999 quando a instituição divulgou os seus primeiros documentos com análises e recomendações sobre os sistemas de transmissão em desenvolvimento. Na Assembleia da UIT em 2002, foi consenso que a migração poderia ampliar a oferta de novos serviços; complementar a programação tradicional; melhorar a qualidade de som; transmitir dados e serviços interativos. Simultaneamente, a UIT também alertava os reguladores do setor para que tivessem atenção com algumas questões consideradas fundamentais para o estabelecimento de um novo referente tecnológico para a radiodifusão. Entre elas destacam-se a necessidade de garantir condições para que o som de qualidade seja captado por todos os tipos de aparelho; a obrigação de que os fabricantes de receptores viabilizem e estabeleçam normas técnicas internacionais de modo a satisfazer a diversidade de condições de produção em cada mercado; a necessidade de assegurar a continuidade dos serviços analógicos em substituição, adotando-se para isso, uma solução baseada na oferta de transmissões simultâneas nos formatos analógico e digital.⁴

Nas diretivas da UIT estão implícitas posições neoliberais que partem do pressuposto de que o mercado será o ator privilegiado que estabelecerá os critérios que nortearão, de modo satisfatório, a escolha e adoção do padrão de transmissão digital. No entanto, o que o documento da UIT desconsidera é uma questão central na nossa análise: o mercado da radiodifusão não é igual em todas as partes, seja entre distintos países ou, até mesmo, entre regiões como é o caso do Brasil como país com dimensões continentais. As condições de origem e formação dos sistemas de radiodifusão em cada país e região podem revelar formas específicas de atuação das emissoras em busca de fontes de financiamento, na oferta de conteúdos, e na qualidade apresentada pela infraestrutura física e tecnológica. Da mesma maneira, o desenvolvimento econômico e

⁴ Recomendação UIT-R BS.1514-1



as políticas oficiais de incentivos a produção industrial influenciam as condições de oferta de equipamentos de transmissão e recepção a preços acessíveis nos distintos mercados. Assim como a distribuição de renda, nível de escolaridade da população e hábitos culturais moldam as formas de consumo de produtos da mídia.

O mercado brasileiro de radiodifusão, em especial, foi moldado por uma relação contígua entre as empresas de comunicação e os agentes políticos. Essa proximidade estabeleceu, ao longo do tempo, um sistema de concessões públicas construído e operado a partir de interesses e conveniências político-partidárias, da obtenção de incentivos e subsídios fiscais, da distribuição da verba publicitária governamental, do desenvolvimento direcionado de infraestrutura de telecomunicações e do estabelecimento de atos regulatórios que garantem o livre fluxo de capitais e, por que não dizer, asseguram as conquistas de interesses variados. Ao longo da nossa história recente, a existência de um modelo simbiótico entre comunicação e política no cenário social brasileiro, estabeleceu uma forte concentração de poder econômico, político e simbólico nas mãos de entidades privadas que os exercem de uma maneira socialmente assimétrica, manipulando grandes somas de recursos e perseguindo diferentes interesses corporativos difundidos, por alguns desses atores, na arena global.

Ao mesmo tempo, o conjunto de pressões e interesses que configuraram o sistema de distribuição de concessões no país, também favoreceu a concentração de emissoras comerciais nas regiões Sul e Sudeste, onde há um forte mercado consumidor que demanda vigorosos investimentos publicitários, especialmente nas rádios de maior porte e audiência que atuam em rede. Em contraste, as rádios comerciais das demais regiões, com destaque para aquelas situadas em pequenas cidades do interior, enfrentam sérias dificuldades para obter patrocinadores e garantir a sua sustentabilidade econômica. Problemas que se apresentam de maneira tão marcante que atingem até mesmo as estações que estão sob controle de políticos, e que por falta de capacidade financeira e de manutenção, acabam não investindo ou investindo muito pouco na melhoria de seus padrões de operação técnica e nos processos de produção de conteúdo.

Por estabelecerem uma relação mais próxima com os agentes políticos e governamentais, os empresários do ramo com maior poder econômico, vem manifestando preferências na tentativa de influenciar a decisão governamental sobre o padrão do rádio digital a ser adotado no Brasil. A partir de análises técnicas e operacionais preliminares dos sistemas de digitalização do rádio e do que tais modelos oferecem de inovação e transformação do perfil do espectro radioelétrico, os maiores e

mais poderosos radiodifusores vem procurando estabelecer uma estratégia e um discurso que busca preservar as posições já conquistadas na arena de disputa pelo poder e que, ao mesmo tempo, paute e controle, antecipadamente, o debate público sobre a questão. Por outro lado, setores da sociedade civil, como os movimentos sociais e aqueles vinculados às rádios comunitárias, pressionam o Ministério das Comunicações para que estabeleça parâmetros de adoção do novo padrão técnico que leve em conta questões como a ampliação e diversificação do modelo de exploração do atual sistema de radiodifusão e as formas sustentáveis de financiamento que as emissoras poderão adotar no futuro. Na base dos argumentos desses segmentos está a compreensão de que a adoção de uma tecnologia não pode ser fator de aprofundamento de diferenças de padrões tecnológicos, de produção e financiamento já vivenciados hoje pelas emissoras. Além disso, argumentam ainda de que este momento de mudança tecnológica, deve ser visto como uma excepcional oportunidade para incorporar novos atores no cenário da radiodifusão sejam eles com finalidades educativa, cultural, institucional e comunitária.

Quem acompanha a discussão sobre a implantação do rádio digital no Brasil, certamente, observará que ela está circunscrita, prioritariamente, ao tipo de padrão digital a partir de sua origem, seja ela americana ou europeia. Os debates sobre o tema têm levado em consideração questões técnicas inerentes a cada sistema e que dizem respeito a aspectos como a capacidade de cada um de transmitir áudio de qualidade em qualquer situação de recepção, de oferecer níveis satisfatórios de eficiência na captação do sinal em cidades com diferentes características topográficas e condições de uso do espectro eletromagnético e de proporcionar a manutenção da área de cobertura original da emissora.

No entanto, acreditamos que um tema relativo ao atual processo de mudança tecnológica da radiodifusão sonora tem sido pouco discutido: as reais condições de adaptabilidade das emissoras brasileiras a nova tecnologia digital. Há que se considerar que a reflexão a respeito desta questão é complexa e deve ser feita a partir de uma visão que compreenda, de maneira integrada, os diferentes aspectos que marcam a atuação das emissoras, os modelos de exploração da radiofrequência, as formas de financiamento, gestão e a inserção do rádio nos distintos mercados regionais que compõe o universo mercadológico do rádio brasileiro. Diante dessa preocupação, surgem as indagações fundamentais de nossa pesquisa que são o estado de preparação atual das emissoras nacionais para enfrentarem as mudanças do processo de migração digital? ; quais os

distintos graus de adaptação às tecnologias que estão em debate no momento? ; e que tipo de política pública será necessária para guiar essa mudança de forma sustentável?

Pesquisa rádio digital

A pesquisa “*Mapeamento das condições técnicas das emissoras de rádio brasileiras e sua adaptabilidade ao padrão de transmissão digital sonora terrestre*”⁵ realizada pelo Laboratório de Políticas de Comunicação da Universidade de Brasília (LAPCOM), sob a liderança dos autores deste paper, procura responder à essas questões. Trata-se de um diagnóstico inédito no país que fornecerá dados que abrangem as características técnicas e de infraestrutura física das emissoras, passam pelo perfil dos profissionais que nela atuam e alcançam as estratégias técnicas e econômicas de enfrentamento do processo de digitalização que os radiodifusores estão elaborando.

Com as informações obtidas na pesquisa, pretende-se elaborar uma leitura analítica das múltiplas condições operacionais apresentadas pelas emissoras no país. O objetivo da geração destes conhecimentos é constituir um conjunto de informações que possa subsidiar a elaboração de políticas públicas aplicadas ao processo de transição tecnológica de modo a incentivar e estimular a discussão entre os diversos setores - radiodifusores, indústria, cidadãos e Estado - envolvidos na cadeia de valor da radiodifusão. Com os dados coletados e interpretados pretendemos objetivamente estabelecer, em um primeiro momento, padrões técnicos de classificação geral das emissoras em relação à sua adaptabilidade ao sistema digital de transmissão e definir requisitos técnicos para a migração a partir da estrutura encontrada nas estações.

Para realizar o mapeamento foi constituído um banco de dados com 6.338 emissoras AM, FM, OC e OT de caráter comercial, educativo, cultural, público e comunitário. Para tanto, foram tomados com referência os registros do cadastro do Ministério das Comunicações, da Anatel e do Anuário de Mídia do Grupo de Mídia de São Paulo⁶. Os dados utilizados são aqueles relacionados à itens como a identificação da rádio, sua localização, endereço, prefixo, tipo de concessão, tipo de frequência entre outras tantas. Para realizar a investigação foi criado um sistema informático, a partir do

⁵ A pesquisa é financiada pela Fundação Ford.

⁶ Foi necessário obter informações sobre as emissoras em outros bancos de dados não oficiais, a considerar o elevado nível de desatualização dos dados de cadastro das emissoras junto ao Ministério das Comunicações disponíveis no Sistema de Controle de Radiodifusão.

software livre Joomla⁷, que permitiu a geração automática de senhas de acesso destinadas ao uso exclusivo de emissoras que aceitaram responder ao questionário eletrônico disponibilizado no site www.lapcom.unb.br. A ação de pesquisa foi complementada pela distribuição de questionário impresso para as emissoras cadastradas juntamente com um envelope de porte pago. Essa medida permitiu àquelas rádios que não dispõem de acesso a Internet responderem o formulário e enviá-lo pelos correios sem custos. Durante a pesquisa foram utilizadas mais duas estratégias para garantir maior participação dos radiodifusores: o envio de e-mail marketing personalizado e ações continuadas de telemarketing junto àquelas que não responderam ao questionário dentro do prazo de dois meses estipulado pelos pesquisadores.

No período de abril a dezembro de 2009, ao redor de 500 emissoras participaram da investigação, sendo que 68% delas se disseram comerciais, 13% educativas, 17% comunitárias. Desse grupo, 60% são FMs (incluindo as comunitárias), 39% AMs e apenas 1% se apresentaram com OCs e OTs. A maioria está instalada nas regiões Sul e Sudeste. Os valores coletados comparados aos registros do banco de dados permitem afirmar que os resultados parciais aqui apresentados correspondem a, praticamente, 80% do perfil das rádios brasileiras.⁸

Perfil das emissoras pesquisadas

Podemos afirmar que a maioria dos participantes da investigação é constituída por pequenas e médias emissoras com uma infraestrutura física bem modesta. Em média possuem de 7 a 8 salas, incluindo aí, espaços destinados a direção, a produção de conteúdo, aos estúdios e as áreas técnicas e administrativas. A maioria possui apenas dois estúdios, sendo um para transmissão (79,5%) e outro para produção (74,5%); uma sala dedicada à redação jornalística (72%), uma sala para produção de programas (69%) e uma para produção musical (67%), uma destinada à direção comercial (77%) e uma dedicada à direção geral (83%). Apenas metade das emissoras possui salas para direção de programação e para o diretor técnico. Interessante observar que 18% dos pesquisados disseram não possuir sala de produção (22%) nem sala de jornalismo (18%) e de programação musical (27%). Situação que indica um perfil de programação ancorado

⁷ Joomla é um sistema de gestão de conteúdos (*Content Management System*) que permite fazer website seguro, Dispõe de vários módulos e componentes como sistema de publicação para o conteúdo.

⁸ A pesquisa apresenta ao redor de 20% de erro amostral.



basicamente na utilização de músicas, com pouca produção informativa e fortemente dependente do poder comunicativo dos seus comunicadores.

Em geral, as nossas respondentes são emissoras locais a considerar que 74% delas não integram rede por satélite. E dos 25% que estão em rede, apenas 13% são cabeça de rede, a grande maioria é afiliada. A característica predominante da programação é uma combinação, até certo ponto equilibrada, entre jornalismo (28%), música (25%), prestação de serviço (18%) e programas de variedades com comunicadores populares (11%). Também chama a atenção o fato de que pouco menos de 5% delas declararam ter programas comunitários em sua grade de programação, sendo que das que possuem, a maioria se concentra em rádios comunitárias.

O perfil dos profissionais encontrado até o momento, permite confirmar o diagnóstico de outra pesquisa realizada pela FGV para a ABERT em 2008: mais da metade do pessoal empregado nas rádios comerciais possui somente o ensino médio.⁹ Na pesquisa do LAPCOM, 41% das emissoras não têm em seus quadros jornalistas graduados. A maior parte destes (71%) está em emissoras comerciais da região nordeste. Das quase 500 participantes da pesquisa, 220 (53%) disseram ter menos de 3 jornalistas provisionados, igualmente concentrados nas rádios comerciais das regiões Sul e Sudeste. Encontramos quadro semelhante no setor de produção: 58% dos profissionais não tem curso superior em comunicação. Apenas 35% das emissoras disseram ter produtores com formação superior. O número de profissionais nestas emissoras, em média, não passa de 03. Esses indicadores apontam condições desfavoráveis à produção de conteúdo jornalístico e informativo, especialmente se for considerada a forte presença e importância de locutores e comunicadores dentro do quadro de profissionais das estações e na estruturação de seus programas. Aproximadamente 70% das emissoras possuem de 3 a 10 locutores e 49% de 3 a 10 comunicadores. Outro dado interessante encontrado é a pouca presença de publicitários no segmento das emissoras comerciais: 50% do universo pesquisado não têm esse profissional e 39% disseram ter menos de 3 em seus quadros funcionais.

Digitalização do processo de produção

⁹ *Análise do Perfil Sócio-Econômico do Setor de Radiodifusão no Brasil*, FGV, disponível em http://www.abert.org.br:8080/abert/?q=biblioteca_Censo_Radiodifusão

O mapeamento das emissoras desenha um panorama no qual a maioria já digitalizou o processo de produção de conteúdo, seja pelo uso disseminado de computadores nos principais setores das rádios ou pela utilização de equipamentos transistorizados. A grande maioria das estações possui, ao menos, entre 01 de 03 computadores nas seguintes instalações: estúdio de transmissão (73,50%), estúdio de produção (82,34%), sala de produção (67,86%), redação jornalística (56,78%) e salas de direção geral, técnica e programação (66,75%).

Em termos de equipamentos de estúdio, observamos um considerável decréscimo no uso da tecnologia analógica: 48% não tem mais reproduutor de cassete, 83% não utilizam DAT, 80% aboliram o gravador de fita rolo e 95% já retiraram de operação a “velha e boa” cartucheira. No lugar desses equipamentos, o computador passou a ser a máquina central na medida em que 82% das rádios utilizam de um a dois deles no estúdio de transmissão e já operam com sistema de automação da programação. Na parte de edição, 80% delas disseram possuir em seus computadores, ao menos, um programa para processamento de som. Deduzimos pelos dados, que o computador ainda convive com equipamentos analógicos cuja substituição total e imediata, é considerada difícil pelas emissoras devido ao elevado custo. Exemplo disso é o console digital, peça essencial no novo processo de transmissão. Do total de respondentes da pesquisa, 53% afirmam que não o possuem, enquanto 43% informaram ter de um a dois em operação. O console analógico continua em funcionamento em mais de 90% das estações pesquisadas, convivendo, em parte delas, com equipamentos digitais. Embora os sistemas de automação já estejam presentes em boa parte das emissoras, ainda é comum o uso de gravador e reproduutor de mini disc (66%) e gravadora e reprodutora de CD (88%) na operação das estações.

Outro dado encontrado considerado relevante, é o elevado número de rádios com acesso a Internet (95,36%) e utilizando banda larga (94,44%). Em metade delas, a internet está disponível em todas as suas instalações. A informatização do segmento reflete o crescimento do número de computadores no Brasil nos últimos 5 anos¹⁰ e a fortíssima expansão do acesso à banda larga fixa. Ampliação que fez pular o número de pontos de acesso de quase onze milhões e meio no final de 2008 para pouco mais de

¹⁰ O número de computadores no Brasil alcançou a marca de 60 milhões, entre máquinas residenciais e corporativas. Com isso, proporcionalmente, há um computador para cada três brasileiros. A previsão é que, até 2012, o país tenha 100 milhões de computadores, o que equivaleria a um micro para cada dois habitantes. Os dados estão na 20ª Pesquisa Anual do Uso de Informática, realizada pelo Centro de Tecnologia de Informação Aplicada da Fundação Getúlio Vargas (FGV) de 2008. JB Online <http://jbonline.terra.com.br/pextra/2009/05/26/e260510292.asp>

dezesseis milhões no final de 2009, ou seja, um aumento em torno de 41% em um ano.¹¹ Mais de 2.500 municípios, o que corresponde a 88% da área total do território brasileiro, já têm infraestrutura para banda larga, segundo dados divulgados pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).¹²

A crescente informatização que estamos presenciando, levou 77% das emissoras a criarem um sítio na Internet, sendo que 33% deles entraram em operação há mais de cinco anos. É nas rádios comunitárias que se situam a maior parte das emissoras que ainda não possuem sítio próprio. Os radiodifusores consideram a página na rede, principalmente, como espaço de interação com o ouvinte (43%) e como uma forma alternativa de transmissão de programação ao vivo (41%). Surpreende o fato de apenas 2% utilizarem a internet como um local para disponibilizar podcast. Segundo as emissoras, os maiores benefícios conquistados com a criação de seus sítios foram o aumento da audiência, uma maior aproximação com o ouvinte e o crescimento do número de anunciantes. As rádios que ainda não têm páginas justificam-se pela falta de recursos (42,11%), seguido pelo alto custo da infraestrutura de comunicação e manutenção dos sítios (29,46%). Quem planeja criar uma página na Internet afirma que irá fazê-lo dentro de seis meses.

De acordo com as emissoras que já possuem sítio há algum tempo, a criação das páginas na internet ainda não promoveu uma mudança significativa na forma como os ouvintes mantém contato com as emissoras. Os sítios ainda não são considerados pela audiência as principais referências para se relacionarem com as rádios. Segundo os radiodifusores, predomina todavia o modelo tradicional de comunicação centrado no telefone (25%), na carta (17%) e na visita à emissora (12%). No entanto, 19% das estações recebem participação por e-mail e 12% utilizam, de alguma forma, os sítios. O serviço de mensagens telefônicas SMS, tão badalado enquanto forma alternativa de participação, não alcança de 9% do total de participação.

Estrutura de transmissão

Uma das hipóteses de partida da pesquisa é que haveria um número significativo de rádios operando com transmissores valvulados, sendo necessário, portanto, sua mudança para outro de tipo transistorizado com dispositivos que facilitassem possíveis

¹¹ Atlas Brasileiro de Telecomunicações 2010, publicado pela TELETIME.

¹² Folha Online 13/01/2010.

adaptações para o processo de digitalização¹³. Suspeitávamos que emissoras educativas, comunitárias e comerciais com baixo faturamento teriam dificuldades para investir recursos na troca de seus parques de transmissão. Um transmissor modular nacional de 5 KW e de qualidade média custa no mercado, aproximadamente, trezentos mil reais, enquanto o de qualidade superior pode alcançar a casa dos setecentos mil.

Os dados apurados, até o momento, mostram que a nossa preocupação é procedente. Afinal, 37% das emissoras ainda funcionam com transmissor valvulado, enquanto (63%) operam com transmissor modular. O equipamento valvulado está concentrado em emissoras das regiões nordeste (24%), sul (26%) e sudeste (37%). Ao se analisar os dados pelo tipo de tecnologia de transmissão, observamos que 35% dos valvulados estão em emissoras AM e 62% nas de FM. Embora as comunitárias estejam dentro da classificação de FM, apenas 5 das 84 pesquisadas disseram ter transmissor valvulado. Entre as FMs comerciais mais da metade possui equipamento a válvula, um terço das comerciais AMs e das educativas FMs, metade das educativas AMs e a totalidade das estações OCs e OTs também apresentam este tipo de tecnologia,

A maior parte dos transmissores é de fabricação nacional (81%) e pode ser considerada nova. Além disso, não verificamos a existência da prática de comprar transmissores usados pois a grande maioria das rádios afirma ter adquirido o seu transmissor de “primeira mão” (95%). No contexto analisado, predominam emissoras que apresentam transmissores com menos de 10 anos de uso (68%). Chama atenção ainda, que 19% das emissoras possuem transmissor em uso há mais de 20 anos, a maior parte delas está concentrada nas regiões Sul e Sudeste, especialmente entre as AM comerciais. A grande maioria das estações opera com transmissores cuja potência não ultrapassa 10 kW (70%).

Diante desse quadro, 52% das emissoras gostariam de trocar seus transmissores, seja para se adaptar as exigências do rádio digital (40%), ampliar a potência na qual transmitem (27%) ou devido a idade avançada do equipamento (23%). Os que não querem trocar alegam que a compra do transmissor em uso é recente (menos de 5 anos) ou porque o equipamento atual atende plenamente às necessidades da emissora. No entanto, 16% das estações ouvidas não fazem a troca devido às incertezas tecnológicas, a falta de recursos e ao custo do transmissor.

¹³ O transmissor modular utiliza transistores de potência no lugar das antigas válvulas de transmissão. Isso possibilita uma diminuição do tamanho do gabinete do transmissor e também uma grande economia de energia elétrica. Outra característica importante é a de poder conecta-lo via internet possibilitando assim a manutenção a distância pelo engenheiro responsável.

Ainda é preciso considerar que a capacidade de investimento manifestada pela grande maioria das emissoras para promoverem o conjunto de adaptações à tecnologia digital, não ultrapassa os 300 mil reais (80%). Neste quesito a dificuldade é generalizada e não há maiores diferenciações entre as emissoras seja pelo tipo de tecnologia ou pela região na qual se encontram. Quem já tem planos para digitalizar a sua estação (54%), possui um transmissor modular (31%), portanto, considera-se um pouco mais integrado ao novo processo. Entre os que dispõe de menos de 300 mil para investir em digitalização, 53% operam com transmissor modular e 27% com valvulado. Esse indicador alerta para a baixa capacidade de investimento das emissoras que necessitam de mudanças profundas e substanciais no seu parque de transmissão para se adequar a nova tecnologia, em especial as comerciais AM e as educativas (AM e FM) onde estão concentrados o maior número de transmissores valvulados. Pouco mais de um décimo das emissoras possui capacidade de investimento superior a trezentos mil reais (13%).

Conhecimento sobre a digitalização da transmissão

Outro objetivo da investigação foi identificar o nível de conhecimento dos radiodifusores e dos técnicos do setor sobre a tecnologia de transmissão digital. Observou-se que 84% dos diretores e 73% dos técnicos dizem acompanhar, de algum modo, a discussão sobre o assunto e pouco mais de um quarto dos técnicos afirma não estar informado a respeito do tema (26,17%).

Os meios mais comuns utilizados para se informarem são as notícias da imprensa, seguidas pela leitura de revistas especializadas, pela participação em congressos técnicos e pelas informações do Ministério das Comunicações. Menos de 8% dos técnicos já participaram de algum treinamento e curso de especialização ou visitaram emissoras que estão realizando testes com sistemas digitais.

Os motivos mais citados pelos radiodifusores para não acompanharem com mais proximidade as discussões são a percepção de que os debates estão centralizados nas mãos de poucos (46%), a falta de cautela e tranquilidade com a qual o processo está sendo realizado (18%) e a crenças de que as mudanças tecnológicas não acontecerão nos próximos cinco anos (24%). Os motivos menos citados são a falta de seriedade das discussões e a discordância com os rumos dados, por parte do governo, ao processo de decisão da tecnologia.

A posição da ABERT e, inicialmente, do governo em favor do sistema IBOC foi muito divulgada pela mídia e, conseqüentemente, contribuiu para formar um clima de opinião entre os radiodifusores. Sendo assim, pouco mais de um terço dos técnicos indicou que o sistema que mais conhecem é o americano IBOC (38,25%), seguido do europeu DRM (16,93%). Menos de um quinto deles afirma conhecer todos os sistemas existentes na atualidade e um sexto desconhece, por completo, os padrões tecnológicos que estão sendo discutidos. Pouco mais de um terço dos técnicos afirma possuir conhecimentos classificados como introdutórios sobre a tecnologia do rádio digital (35,86%). Quase metade diz ter somente conhecimentos básicos a respeito da digitalização e um quinto se considera bem informado.

Em compasso de espera pela digitalização

O país vive um momento de indefinição quanto ao padrão de transmissão digital. O Ministério das Comunicação tem promovido testes em busca de um padrão que possa ser adequado ao sistema de radiodifusão brasileiro. Foram testadas apenas duas normas de rádio digital: o HD Radio (também conhecido como IBOC), padrão proprietário dos Estados Unidos, cujos resultados dos testes parecem não ter sido os esperados, e que merecem ainda uma maior divulgação, e o DRM (Digital Radio Mondiale), de origem europeia, cujos testes estão sendo realizados, em escala muito inferior ao IBOC, e sequer foram concluídos até o momento.

A ação mais recente do governo nesse processo foi a Portaria nº 290/2010 de 31 de março de 2010 do Ministério das Comunicações instituindo o Sistema Brasileiro de Rádio Digital – SBRD. O documento sinaliza a adoção de parâmetros fundamentais para o processo de escolha das soluções tecnológicas, tais como proporcionar a utilização eficiente do espectro de radiofrequência; possibilitar a participação de instituições brasileiras de ensino e pesquisa no ajuste e melhoria do sistema de acordo com a necessidade do país; viabilizar soluções para transmissões em baixa potência, com custos reduzidos; propiciar a criação de rede de educação à distância; incentivar a indústria regional e local na produção de instrumentos e serviços digitais; propiciar a transferência de tecnologia para a indústria brasileira de transmissores e receptores, garantida, onde couber, a isenção de royalties. A instituição do SBRD não encerra o debate porque o modelo a ser adotado, nem sequer foi definido na portaria.

Essa situação de indefinição influencia a forma como os radiodifusores encaram a tarefa de se preparar para a chegada da digitalização. Entre os participantes da pesquisa, 54% dizem que já tem algum tipo de plano para a digitalização, enquanto 37% não pensam a respeito porque aguardam definições técnicas sobre o padrão.

Há uma expectativa bastante positiva dos radiodifusores com relação aos possíveis ganhos que a nova tecnologia irá proporcionar as emissoras. Esperam que com a digitalização se consiga melhoria da qualidade de som (36%), incremento da oferta de produtos adicionais (16%), aumento da audiência (13%) e tão desejado crescimento do faturamento (10%). Por outro lado, poucos enxergam na tecnologia potencial para conquistar ouvintes diferenciados do perfil atual (9.58%) ou acreditam na melhoria da gestão do negócio rádio (7%).

Esse otimismo com as melhorias técnicas se contrapõe à análise crítica dos radiodifusores quanto ao processo de migração para o digital. Pouco menos de um quinto das emissoras acham que o processo está mais lento do que deveria (18,45%); um sexto delas considera que as discussões estão centralizadas e acontecem ao redor de poucos radiodifusores (17,10%). Para aproximadamente um sexto das rádios o processo não tem sido realizado com a devida quantidade de informação (16%), e tem sido marcado pela ausência de políticas claras por parte do governo (15%). Pouco mais de 20% acreditam que o processo tem tido pouca participação dos radiodifusores, que as discussões estão centralizadas ao redor do Ministério das Comunicações e que não têm sido conduzidas com a devida cautela e no tempo necessário.

Na verdade, os radiodifusores estão à espera de políticas públicas que possam ajudá-los a enfrentar os enormes desafios que a transição irá impor as emissoras. As medidas de apoio que os radiodifusores acreditam que podem ser mais importantes nesse processo são a isenção fiscal na compra de equipamentos (40%) e a abertura de linhas de crédito nos bancos oficiais para financiarem o processo de modernização tecnológica das emissoras (32%). As outras medidas também consideradas são a reforma no modo de gestão das emissoras como negócio/empreendimento (7,29%) e o estabelecimento de uma política industrial coerente (4,86%). No entanto, é preciso considerar que 15% das emissoras disseram não saber bem quais medidas devem ser tomadas ao longo do processo de migração. É importante perceber nesses dados que os radiodifusores manifestam claramente a expectativa de que o governo não somente defina o padrão tecnológico de transmissão como também crie incentivos fiscais e de crédito/financeiros para subsidiar a mudança.

Otimismo com incertezas?

Além das informações objetivas e quantificáveis, a pesquisa também está buscando desvendar o que os radiodifusores pensam a respeito do processo de escolha e implementação da nova plataforma tecnológica do rádio e quais seriam as expectativas que eles têm com relação ao presente e ao futuro imediato das emissoras e as possíveis mudanças anunciadas para o mercado radiofônico com o processo de mutação que se avizinha. De maneira geral, poderíamos sintetizar a posição deles como um estado de ânimo esperançoso e otimista mas, profundamente inseguro diante das perspectivas que a realidade oferece.

“...É difícil afirmar algo, por conta das incertezas do setor. As dificuldades financeiras são intermináveis, e não nos permitem falar em investimento. O mercado publicitário está, aos poucos, desconsiderando nosso poder como veículo de mídia, o que é uma falta de conhecimento grande do comportamento das pessoas, que não deixaram de ouvir rádio. Mas ainda há esperança de que poderemos sobreviver com este meio nos próximos 20 anos... Em suma: com ou sem rádio digital, os próximos 5 anos serão difíceis demais, como foram os últimos 5 anos...”

“...é preciso uma maior aproximação do ministério e disponibilizar meios que possibilitem a modernização das emissoras do país. Desenvolver uma política que ajude os radiodifusores.”

(trecho de comentário de radiodifusor)

As sensações de esperança e otimismo se baseiam, em grande medida, na constituição de visão positiva a respeito do que a tecnologia digital pode oferecer ao rádio. Para os radiodifusores a digitalização poderá ser um instrumento inestimável de recuperação econômica, incremento de audiência e resgate da importância que o veículo possui no nosso cotidiano. Além disso, em muitas manifestações, as emissoras demonstram um grande preocupação com o fato de que o rádio, notadamente as emissoras AM, e, em menor medida, as de FM, não estão tendo, a um bom ritmo e em quantidade suficiente, a renovação de seu público. Nesse contexto, as inovações tecnológicas são percebidas pelas estações como instrumentos importantes e poderosos para que o rádio possa se “reaproximar”, de maneira eficaz e contínua, dos segmentos mais jovens da população e transformá-los, novamente, em potenciais consumidores de suas programações.

Já a insegurança dos radiodifusores se manifesta nas análises e valorações negativas que eles fazem da forma pouco ponderada como está ocorrendo o processo de

debate público sobre a adoção da tecnologia, das (des) orientações dos setores governamentais responsáveis pela condução do processo de discussão e decisão de que tecnologia adotar e, finalmente, porque muitos radiodifusores acreditam que o rádio, como negócio, passa por uma fase muito problemática. No setor predominam a estagnação tecnológica e uma persistente decadência na produção de conteúdo. Um contexto de crise que é explicado pelas emissoras como o somatório de causas complexas que estão vinculadas com questões como: a) a falta de apoio do governo por meio de políticas públicas de investimento para o setor se modernizar e desenvolver-se; b) com a “competição desleal” do que eles denominam como emissoras “comunitárias e piratas” em todo o país; c) com a falta de uma política fiscal igualitária entre as emissoras comerciais e comunitárias por parte dos governos.

Registre-se ainda, que parte dos radiodifusores também acredita que a crise atual vivida pelo setor é originária da falta de um maior profissionalismo e estratégia de planejamento do próprio setor da radiodifusão. Na visão destas emissoras o veículo e seus gestores devem repensar profundamente a forma de exploração do chamado “negócio rádio”. Neste caso, a modernização do setor também passaria por qualificar as ações de produção de conteúdo e de venda das programações junto ao mercado publicitário. Tais mudanças são vistas como enormes desafios para o setor que não deve imaginar que a tecnologia será garantidora, por si só, dos sucessos e melhorias que a radiodifusão esta a exigir em busca de um futuro sustentável.

Concluindo: entre ansiedades e expectativas

Apesar de a pesquisa ainda estar em sua primeira etapa¹⁴, é possível antecipar algumas conclusões.

Uma primeira leitura indica que é urgente que governo e radiodifusores promovam discussões produtivas com o objetivo de elaborar diretrizes básicas e claras para o estabelecimento de políticas públicas eficazes que ajudem o setor a atravessar, simultaneamente, o “mar tempestuoso” do atual período de transformação tecnológica e a vencer as reais ameaças a sustentabilidade do meio como negócio surgidas a partir do aprofundamento da atual crise econômica vivida pelas estações. As manifestações recolhidas na pesquisa, demonstram que os radiodifusores têm expectativas de que as

¹⁴ A segunda será desenvolvida de agosto a dezembro de 2010.

ações de fomento devem ser de amplo espectro, alcançando desde a promoção de capacitação técnica dos profissionais do setor até o estabelecimento de um conjunto de estratégias – financeiras e fiscais - que permitam as emissoras obterem níveis de capitalização que lhes permitam realizar, em um primeiro instante, os investimentos exigidos pela migração tecnológica e, em um segundo momento, e por mais dramático que possa parecer, continuarem a existir no novo sistema digital.

No presente as esferas governamentais e, até mesmo, alguns dos setores que representam os radiodifusores têm manifestado preocupação, de modo predominante, com as características de cada uma das tecnologias que estão colocadas para debate público. No entanto, na visão das emissoras ouvidas pela pesquisa, estes mesmos atores pouco falam sobre as condições infraestruturais existentes nas estações espalhadas pelo interior do país e pouco atuam para a criação de reais condições de investimento e apoio governamental exigidos pelo setor no momento. Afinal, segundo as próprias emissoras, existe, de fato, e a partir da futura escolha de um novo padrão tecnológico, a possibilidade de que se faça necessário uma ampla e profunda renovação de equipamentos, levando muitas emissoras a colocarem os seus parques de transmissão, literalmente, na “lata do lixo”, diante das impossibilidades de promoverem adaptações técnicas. Além disso, na perspectiva de muitos de nossos pesquisados, o processo de incorporação tecnológica e a falta de investimento, planejamento e estratégia poderá condenar emissoras, como as de Amplitude Modulada, por exemplo, ao isolamento do sistema de radiodifusão digitalizado caso não sejam tomadas medidas urgentes.

Estas foram apenas algumas das conclusões iniciais que já podemos apresentar sobre a pesquisa que realizamos atualmente. Durante o ano de 2010 continuaremos com trabalho de investigação de modo a ampliar, cada vez mais, as informações e o nível de representatividade e significado das manifestações dos radiodifusores colhidas através dos questionários e do contato direto com as emissoras. Até o final deste ano estaremos trazendo a público um segundo e definitivo relatório sobre o tema.

Referência Bibliográficas

Livro verde sobre la convergência de los sectores de telecomunicaciones, médios de comunciación y tecnologías de la información y sobre sus conscuencias para la regulamentación. Comissão Europeia, 1997.

Sistema para radiodifusión sonora digital en las bandas de radiodifusión por debajo de 30 MHz (2001-2002) Recomendação da UIT-R BS 1514-1.