

Saiba mais sobre a implementação da rádio digital no Brasil e o que a difere do sistema analógico atual

Informação: Painel Brasil TV - 27/02/2013

Rosa: Olá, está começando mais um Painel Brasil e eu recebo Marcelo Goedert. Ele é jornalista, representante do consórcio internacional DRM, Digital Radio Mondiale aqui no Brasil. O nosso assunto é a implantação da rádio digital no Brasil. Tudo bem, Marcelo?

Marcelo: Olá Rosa, tudo bem? Prazer em estar aqui com vocês.

Rosa: Muito obrigada, agradeço a sua presença, que eu sei que essa entrevista vai ser bastante esclarecedora, para que as pessoas tomem conhecimento do andamento da implantação das rádios digitais no Brasil.

Primeiramente, eu gostaria que você explicasse o que é a rádio digital, para que os nossos internautas comecem a dar esse primeiro passo no conhecimento dessa nova tecnologia da radiofonia no Brasil.

Marcelo: Bom Rosa, o rádio digital é uma nova transmissão radiofônica. Hoje nós temos o rádio analógico, que é transmitido para uma emissora de rádio, todos conhecem através de um transmissor com uma antena, e nós temos receptores de rádio no carro, hoje, no celular, em casa, que a gente sintoniza rádio como há 90 anos isso acontece.

Aliás, o rádio é o único meio de comunicação eletrônico, que ainda utiliza o mesmo sistema de transmissão há 90 anos. Então, isso colocou o rádio numa situação difícil, com as novas mídias digitais a concorrência aumentou, então o rádio vem perdendo cada vez mais espaço e a digitalização é um passo muito importante para o rádio no Brasil, para modernizar essa plataforma de transmissão.

Então, o rádio digital segue os mesmos padrões, vão continuar a ser as emissoras que vão transmitir, via antena, vão ter aparelhos receptores de rádio, só que o sinal, em vez de ser transmitido em ondas hertzianas, como foi esse tempo todo, é transmitido em digital agora, em zeros e uns. Então, o transmissor codifica e o receptor decodifica o sinal digital da emissora de rádio. Então, ele não depende de internet, o rádio digital não precisa de internet e, assim, o receptor atual de rádio não pega o rádio digital.

Rosa: Ah, é isso que eu queria perguntar.

Marcelo: Pois é, não.

Rosa: Vamos ter que mudar tudo, então.

Marcelo: Sim, temos que trocar nossos receptores. É claro que não é de hoje para amanhã. A gente tem uma previsão de estudos, de um período de transição entre 5 e 10 anos. Não vai ter um apagão analógico, a rádio que você está ouvindo, que você gosta não vai sumir de repente do seu dial e agora você só vai escutar se tiver um receptor digital. Não é isso. Inclusive, tem um grande período aí que vai ser o que estão chamando de "simulcasting", que vão transmitir nos dois formatos, tanto em analógico quanto em digital, a mesma emissora. Então, a emissora vai passar a transmitir em digital, vai transmitir nos dois formatos. Quem tem o receptor digital, vai ouvir em digital. Quem tem o receptor analógico, vai ouvir em analógico.

Rosa: E aí, a pessoa terá, no caso, como você colocou, de 5 até 10 anos para essa mudança.

Marcelo: Não. A gente está prevendo. Nós fizemos um plano de implantação, porque a implantação do rádio digital envolve todos os atores do rádio, desde a indústria, que produz os transmissores, que produz os receptores, até os radialistas que precisam aprender a gerar novos conteúdos no rádio digital, porque o rádio digital tem condições de levar para o ouvinte bem mais do que um rádio analógico leva hoje.

Rosa: Você comentou anteriormente, antes da nossa entrevista, que uma rádio, hoje analógica, poderá automaticamente ter 3 canais a mais. Ela é obrigada a usar esses 4 canais ou ela pode usar gradativamente?

Marcelo: Não, ela não vai ser obrigada. Isso vai depender de regulamentação do Governo, quando implantar o sistema.

Os sistemas de rádio digital que hoje estão disponíveis para o Brasil permitem geração de 4 conteúdos na mesma frequência. Se vão gerar, ou não, é opção do Governo normatizar e autorizar isso e opção da emissora querer transmitir. Mas, eu digo 4 conteúdos porque a emissora pode transmitir através do sinal digital, dados, não música. Então digamos, numa situação em que uma emissora pode escolher até 3 canais de música e um canal de dados. O que é "dados"? Dados são informação, são dados. O aparelho receptor de rádio digital, seja no seu carro, seja onde você o tem, vai ter uma tela.

Rosa: Ah, entendi.

Marcelo: Então, por exemplo, um exemplo simples: a emissora pode estar tocando uma música e transmitir a foto do cantor. A emissora pode estar tocando uma música e transmitir a lista das próximas músicas ou dos próximos programas que vão entrar no ar. A emissora pode estar transmitindo um jogo de futebol e pelos dados, pela telinha, transmitir resultado dos outros jogos.

Rosa: E ela pode também, simultaneamente, colocar os 4 canais dela e a pessoa clicar, ou touch, e mudar para aquela programação que ela quer naquele momento?

Marcelo: Sim, sim. A emissora pode ter um canal A, B e C de música, e o canal D são dados. Então, o canal D está ali na tela, é o que ela está enviando para a tela da pessoa, que pode ser como eu falei: texto, pode ser foto, pode ser o que ele quiser. E os canais de música, a pessoa vai querer ouvir, vai ouvir a "rádio nacional A, B ou C", qual a programação que você quer ouvir? Então, a rádio pode trabalhar... Pode talvez exibir a mesma programação com algum tempo de atraso, como as televisões a cabo faziam em algum tempo atrás. Tinha uma emissora 1 e 2. A 2 transmitia a mesma programação com 6 horas de atraso. Então, ela pode fazer isso ou transmitir uma programação totalmente diferente. Então, na mesma frequência, a emissora pode ir até 4 conteúdos. Aí a emissora vai escolher o que vai transmitir, se vai transmitir, porque ela pode escolher não transmitir.

Rosa: O que é que você acredita? Que isso vai viabilizar mais economicamente as rádios, as emissoras? Como é que você vê esse mercado, a partir daí?

Marcelo: Olha, a digitalização, como eu falei anteriormente, é um passo muito importante porque ela eleva a mídia rádio, ela traz o rádio para o mundo digital. E aí pode haver a convergência com outras mídias. Então, assim, o rádio digital pode transmitir dados e se ele tiver conectado na internet, digamos que você vai ouvir no seu celular, se o seu celular tiver conectado na internet a emissora pode botar um botão na tela pra você votar em uma música ou pra você saber mais daquele conteúdo, você vai ter interatividade. A vinda pro seu receptor é via antena, via rádio. A volta é via internet, o seu receptor tem que estar conectado na internet. Então, essa interatividade acontece se você tiver em casa, ouvindo rádio, e você tem wi-fi na sua casa, você está com seu rádio conectado. O rádio digital, por exemplo, os aparelhos que já são fabricados no exterior, eles tem uma saída USB. Então, pense que uma rádio pode transmitir, através desses dados, um cupom em que você vai clicar na tela, nesse USB conectado na sua impressora, você vai imprimir um cupom, vai na loja e tem um desconto.

Então, você vê que o rádio digital ele leva o rádio a um patamar de poder convergir, com as novas mídias digitais, pode conversar agora com as novas mídias digitais, trocar informação. Você pode passar de uma mídia para outra, e transferir conteúdo, o

que o rádio analógico hoje em dia não permite. O rádio analógico hoje só transmite o sinal musical e ele não "conversa" com mais ninguém.

Então, isso gera uma possibilidade de negócios muito grande, para as rádios comerciais. Imagina no spot de rádio, o cliente não precisa mais botar o telefone, ele vai botar o telefone na tela. Ou outros dados... Você pode anunciar um evento e dizer: "Olha, na tela tem um botão. Se você quer comprar seu ingresso agora, clique no botão..." há a hipótese de eu estar conectado na internet, você já vai lá, compra o ingresso e na compra do ingresso a empresa do evento já sabe que aquele ouvinte comprou seu ingresso porque ouviu na emissora "X". Então pode haver uma remuneração. Então a rádio digital abre vários novos modelos de negócios.

Rosa: É um negócio interessante. Porque você sabe que no Brasil há 3 rádios para cada cidadão brasileiro. Então, é um número extraordinário. Agora, ele é muito difundido hoje no interior do país. De repente, a única comunicação que as pessoas recebem é através do rádio. Você está há 25 anos nesse ramo de rádio, como que você acha que vai ser essa interiorização? Ou isso aí vai levar mais de 10, 15 anos?

Marcelo: Não, eu só queria voltar um pouco no que eu falei do lado comercial que o rádio digital vai ganhar, mas tem o lado social também. Porque toda essa informação que virá via dados e que vai chegar também através de outros canais de conteúdo, vão chegar até o interior. Então, uma rádio educativa pode estar transmitindo música num canal, cursos no outro canal e tudo acessível, com imagem, com tela. Você pode ensinar uma pessoa a escrever aparecendo a palavra na tela. Então, assim, a digital abre novas possibilidades sociais, de educação, de todo esse lado social, enfim, formação, transmissão e formação de conteúdo etc. Então, a rádio digital pode ajudar. Como vai ser essa transição no interior vai depender muito do modelo que o Governo adotar. Vai depender muito de como o Governo vai conduzir esse processo de digitalização. O sistema do qual sou representante, DRM, tem planejamentos de receptores daqui a 3 anos, que vão custar, no máximo 20 dólares, que hoje são 40 reais, um receptor de rádio, com tela. Isso é uma projeção. A gente pode até chegar a um valor menor, dependendo da quantidade. Então isso vai permitir que o interior do país possa acessar.

E tem outra questão, o nosso sistema é o único que digitaliza as ondas curtas. É um sistema que foi criado para ser um sistema mundial, para ser um sistema que atenda todas as bandas do rádio. Todas as frequências, não só o lado comercial, que hoje está centralizado na FM, mas as ondas curtas, as ondas tropicais, que são ondas de segurança, ondas educativas. As ondas curtas e a AM é o que chega na beira do rio, como você está falando, é o que chega lá no interior do Mato Grosso, são as ondas curtas e a AM. Então, por exemplo, ele digitaliza muito bem essas ondas curtas e a gente tem condições de chegar a essas populações rapidamente.

Rosa: Marcelo, são dois sistemas que estão aí disponíveis e um deles será escolhido e quando vai acontecer essa definição?

Marcelo: Olha, a promessa do Ministério das Comunicações é que até o final deste ano seja definido o sistema brasileiro de rádio digital.

Rosa: A partir daí, a escolhida terá, para iniciar esse sinal, vamos supor, tem que ter uma estrutura interna. Essa estrutura interna do Brasil já existe ou ela ainda vai ser feita?

Marcelo: Não, já existe estrutura interna. Eu posso falar pelo meu sistema. Nós já temos uma estrutura interna, porque, como é que funciona o DRM? O consórcio DRM ele é uma entidade sem fins lucrativos, com objetivo de divulgar e organizar a norma. O consórcio é composto por mais de 100 associados, que são: 8 universidades, institutos de pesquisa da Europa e do mundo inteiro; fabricantes de transmissores, de receptores; a BBC de Londres. Atualmente, a nossa presidente é da BBC de Londres, é membro do consórcio.

Então, é um grupo de entidades que se reuniu, que criou o sistema e que hoje divulga o sistema. Essa divulgação é através do consórcio. Então, o consórcio não faz negócio. Seus membros fazem.

Então, assim, nós já criamos a plataforma Brasil do consórcio DRM. Ou seja, de semelhantes sem fins lucrativos no Brasil, que nós já temos associados da indústria brasileira, tanto de transmissores quanto de receptores. Já temos universidades, já temos vários sócios que estão prontos para que no momento, se o nosso sistema for o sistema escolhido, a plataforma DRM Brasil, como é chamada, está pronta para começar a organizar esse processo de digitalização.

E aí, qual é o primeiro passo? O primeiro passo é marcar uma data para o início da operação do rádio digital no Brasil. E por que é importante marcar uma data? Assim, na Europa e em outros países que já adotaram nosso sistema, porque aí tudo converge para aquela data. Aí a indústria de transmissores vai começar a produzir transmissores, a indústria de receptores vai começar a produzir, as rádios vão começar a aprender a fazer rádio digital, vão começar a ver quanto custa, quanto precisa.

Vai todo mundo trabalhar para chegar naquele dia. Seja daqui a 6 meses, 1 ano. O Governo é que vai decidir. Chegar naquele dia, haja conteúdo, hajam emissoras transmitindo digital, haja rádios nas prateleiras das lojas para quem quiser comprar. Os carros já estejam saindo da concessionária com a opção do rádio digital, os celulares já tenham chips adaptados, "olha se você quiser um chip para rádio digital você pode botar", tudo converge para aquele dia de lançamento. Diz "olha, a partir de hoje o Brasil está transmitindo".

Rosa: Marcelo, esse é um assunto que a gente poderia falar o dia inteiro, com certeza absoluta. Então, assim, para encerrar. Alguém que queira mais informação a respeito desse assunto, qual seria uma página na internet que pudesse acessar?

Marcelo: Olha, a página do DRM Brasil, www.drm-brasil.org, ou a página do DRM internacional, que é www.drm.org, lá tem em português também, tem uma versão toda em português, que é uma página internacional, mas tem uma versão toda em português. São as páginas que eu recomendo.

O Ministério das Comunicações também tem uma parte de rádio digital no site deles. Onde eles inclusive publicaram todos os testes que foram feitos, com os dois sistemas de 2010 para cá. Todos os testes, tanto em AM quanto em FM, o resultado lá com críticas e com avaliações dos testes, no site do Ministério das Comunicações. Então, lá também tem muita informação interessante.

Rosa: Ótimo, adorei a entrevista. Tenho certeza que os nossos internautas também gostaram bastante, porque é uma novidade. A tecnologia, não é, Marcelo, é uma coisa linda que a gente está passando agora. Essa história de você poder, através de um celular, através da televisão, através de nossas várias mídias, não é, essa convergência é muito interessante.

Marcelo: Pois é justamente para poder entrar nesse jogo da convergência que o rádio precisa digitalizar-se. E a gente vive uma situação no Brasil em que nós temos pouco mais de 30 emissoras de TV. E nós temos quase 10 mil emissoras de rádio. Veja a dimensão de uma coisa e de outra. É muito importante, é um processo grande, porque nós temos aí rádios comunitárias, rádios comerciais, rádios educativas, rádios públicas. quatro tipos de rádio, cada uma com a sua função, cada uma com seu objetivo. E o Brasil precisa digitalizar e precisa digitalizar com um sistema que atenda todo mundo. Isso que é muito importante.

Rosa: Ok, obrigada.

Marcelo: Foi um prazer, obrigado.