

Brasil se prepara para a era do rádio digital

Edilberto de Paula Ribeiro

por Roberto Muller, Milton Paes e Crislaine Coscarelli

*Tão logo o Ministério das Comunicações defina a escolha do padrão para a implantação do rádio digital no Brasil, garantem as empresas japonesas fabricantes dos receptores, os aparelhos serão comercializados em poucos meses. A notícia foi dada pelo presidente da Associação das Emissoras de Rádio e TV de São Paulo (AESP), **Edilberto de Paula Ribeiro**, que esteve na semana passada em viagem ao Japão, onde visitou as principais empresas fabricantes dos receptores digitais nas cidades de Tóquio, Osaka e Hamamatsu.*

Defender os interesses da radiodifusão no Estado de São Paulo, incentivar novos mercados, otimizar a eficiência e garantir a credibilidade do setor. Com este objetivo foi criada, em 25 de setembro de 1935, a então Federação das Sociedades de Rádio, que em 1948 passou a ser denominada Associação das Emissoras de São Paulo. Em 1986 ampliou sua atuação e passou a se chamar Associação das Emissoras Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (AESP). Desde sua fundação, a entidade vem desenvolvendo um papel fundamental e de conquistas junto ao poder público com reformas e medidas legislativas e regulamentares para garantir e fortalecer os interesses da categoria. A AESP promove o intercâmbio com entidades representativas, incentiva e defende a liberdade de informação, da expressão do pensamento e da propaganda comercial.

Confira abaixo trechos da entrevista de Edilberto de Paula Ribeiro feita pelo jornalista Roberto Müller com participação de Crislaine Coscarelli, editora de Indústria do jornal DCI, e Milton Paes da rádio Nova Brasil FM.

Roberto Müller: É um prazer tê-los para conversarmos sobre rádio, TV e esse mundo novo que vem pela frente, que é o mundo digital. As pessoas já ouviram falar, mas poucos sabem o que este universo pode fazer pela TV e posteriormente para o mundo das rádios. O que as pessoas vão ganhar e quando passam a desfrutar este novo universo?

Edilberto de Paula Ribeiro: É um prazer participar do programa. O que acontece é que tanto a televisão como o rádio estão migrando para o sistema digital. A televisão começou a mudança em dezembro do ano passado e agora o rádio vai sofrer a mesma transformação. No mundo não há mais 'nada' no sistema analógico: fotografia, a introdução dos CD e DVD, microondas, celular... tudo é digital. O modelo de televisão digital foi implantado no dia 2 de dezembro, na cidade de São Paulo. Foi o início para que pudéssemos estudar o modelo. Foi um aprendizado, pois as emissoras tiveram de produzir as novelas, os filmes e demais programas no novo sistema. Para podermos ter este aprendizado, tem de ser aos poucos. Trabalhamos com mais qualidade, embora em pouca quantidade.

Milton Paes: E quanto à questão dos receptores? Existe quantidade suficiente para atender à demanda?

Edilberto de Paula Ribeiro: Existem várias marcas no mercado, mas ainda o preço é abusivo. Não porque as empresas forcem isto, mas é uma questão de mercado. A produção é muito baixa ainda e os custos sobrem. Neste final de ano esperamos um aumento da venda destes receptores, para que isto se torne um hábito. O que existe é um esvaziamento dos receptores analógicos. Para se ter uma idéia, alguns aparelhos de tela plana custavam na faixa de R\$ 7 mil e hoje saem por volta de R\$ 1,5 até mil. Depois disto será implementada a high definition [HDTV], com muito mais qualidade.

Milton Paes: O senhor é vice-presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), membro do Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária (Conar). Foi implantada em São Paulo, no dia 2 de dezembro do ano passado a TV digital. Foi um processo implementado aos poucos pelo Brasil. A Abert tem um mapa ou o número de estados que foi abrangido pela HDTV?

Edilberto de Paula Ribeiro: Temos São Paulo, Minas Gerais e agora o Paraná que desponta este mês. Também temos o Rio de Janeiro e algumas cidades do nordeste do País. A implantação é lenta por causa dos custos elevados. As cinco grandes redes de televisão aberta têm de investir cifras consideráveis para a implantação. À medida que o processo acontece, a demanda de receptores vai aumentando e conseqüentemente o preço cai. A nossa previsão é de que, até junho ou julho do ano que vem, todo o território nacional esteja coberto pelo novo sistema. Dentro de dois anos os receptores devem estar em um preço mais acessível ao consumidor, pois nós, que transmitimos e temos a audiência como foco principal, não podemos aceitar receptores a preços exorbitantes nesse mercado aberto como está. Do outro lado, temos a população, que quer saber que não é necessário comprar de imediato o novo receptor, porque a população continua recebendo o sinal analógico e, em outra frequência, o sinal digital. Por isto não há necessidade de fazer mudanças radicais.

Crislaine Coscarelli: Um dos pontos para o encarecimento dos receptores é que eles não são produzidos no Brasil. Recentemente o senhor esteve no Japão e tentou negociar com eles para baratear os custos?

Edilberto de Paula Ribeiro: Nós conversamos com eles sobre televisão também. O posicionamento deles foi que só se consegue praticar preços melhores em grande escala. E o mercado determina a grande escala. Enquanto isso não acontece, temos de importar. As taxas de importação são sensivelmente altas.

Roberto Müller: O Brasil é um país curioso e fantástico, pois, mesmo com dificuldades financeiras, dizem que existem mais aparelhos de televisão que geladeiras. É verdade?

Edilberto de Paula Ribeiro: Não há dúvida. É muito maior o número de televisores que o de geladeiras.

Roberto Müller: Então o brasileiro gosta de tecnologia. Tem uma demanda grande no País?

Edilberto de Paula Ribeiro: Brasileiro gosta de novidade, basta ver a venda de celulares. Quando se abriu o processo para esta tecnologia, não existiam aparelhos no Brasil, e em outros países já havia. Hoje o nosso país figura entre o segundo e o terceiro lugar na venda de celulares. Vendem-se muito, chega a ser absurdo. As empresas lucraram muito. Também vemos o lado da informática. O que mais se vende no mercado são computadores. Muito mais que linha branca e televisores. Está no sangue do brasileiro. O povo gosta de novidades.

Roberto Müller: Isso faz supor que o mercado seja suprido por aparelhos de televisão capazes de receber o sinal digital.

Edilberto de Paula Ribeiro: Quanto a isto eu não tenho dúvida. Dentro de três ou quatro anos teremos os aparelhos digitais de preço muito próximo ao preço de mercado dos analógicos. Volto a frisar que estão desovando os aparelhos analógicos. Imagino que cifras como R\$ 200 e 300 reais, daqui a algum tempo, sejam suficientes para comprar o digital.

Milton Paes: Veja bem. Foi estabelecido prazo para se implantar o sistema digital. O que eu questiono é se emissoras do interior têm prazo para implantar HDTV. Se não me engano, há um prazo para o sinal analógico ser extinto. Estou correto?

Edilberto de Paula Ribeiro: Está correto. Dentro de 15 anos o sinal vai ser extinto e as emissoras transmitirão somente em HDTV, pois muda a frequência. Os canais de televisão do 2 ao 13 do VHS vão migrar para faixas do UHF determinadas pelo governo. As faixas antigas de transmissão ficarão a cargo do governo para outros usos. No sistema digital, cada televisão terá uma banda larga para trabalhar e produzir muito conteúdo. Por enquanto falamos nas televisões e nos conteúdos tradicionais. Vai mudar.

Milton Paes: Por exemplo?

Edilberto de Paula Ribeiro: Você assiste a uma novela e gostou da gravata do artista. Você pode pausar o vídeo e, por meio do controle remoto, vai saber em que lojas se pode comprar aquele produto, inclusive o preço, e vai poder comprar. Traduzindo em uma linguagem bem simples, a televisão digital será um grande computador na sua sala. Será possível consultar a conta bancária, comprar produto, como filmes, assistir a novelas. As locadoras serão virtuais, como em um sistema pay per view. Compras em supermercado. Tudo o que se faz no computador, se faz na HDTV. Mas ninguém substitui ninguém: tem de ter seu computador, devido à capacidade de armazenamento de informações e velocidade.

Milton Paes: E as emissoras do interior? Há prazo de adaptação?

Edilberto de Paula Ribeiro: Está dentro do prazo de 15 anos. Primeiro o governo determinou prazos para a capital e posteriormente para o interior. No interior do Estado de São Paulo devem-se implantar no começo do ano que vem, nas regiões de Campinas, Ribeirão Preto, Presidente Prudente, Baixada Santista, Marília.

Milton Paes: Quanto custa implantar o sistema, a uma emissora?

Edilberto de Paula Ribeiro: É complicado estipular um preço, pois depende de algumas variáveis, como quantidade de produção. O transmissor e os retransmissores não têm custos elevados, existem linhas de crédito para isso. Quanto ao conteúdo, no Brasil tem espaço para muita produção, a demanda é muito grande. As pessoas que atuam no mercado de comunicação terão de produzir e distribuir este conteúdo para emissoras, como se fazia antigamente, a exemplo da novela "Pantanal".

Crislaine Coscarelli: Como será essa preparação dos produtores: é um trabalho em paralelo? É uma terceirização?

Edilberto de Paula Ribeiro: É exatamente isto, pois haverá muito volume de produção e muita segmentação. Hoje tem-se segmentação por faixa etária: crianças, jovens, adultos e idosos. A diversificação, mesmo na televisão aberta, será mais segmentada. Se um único canal quiser, ele poderá transmitir até cinco programações ao mesmo tempo.

Milton Paes: Isto não vai ser ruim para os canais fechados?

Edilberto de Paula Ribeiro: Eu avalio que sim, em determinados momentos, mas tem-se uma gama tão grande de serviços. Nos Estados Unidos existe esta prática, e lá a audiência da televisão a cabo é muito maior que a da aberta — apesar de essa maior audiência da televisão a cabo ser de 1%, juntando tudo é muito maior que a televisão aberta. O brasileiro é um grande consumidor de televisão. O que acontece é que todo povo é bairrista: ele quer saber o que acontece no local, sobre o time de futebol, na comunidade. Não é a TV comunitária, mas sim televisão de grade porte com qualidade. Podemos ter um canal específico, mais voltado para a rádio, onde uma pessoa pode escolher livros que ao invés de ler, vai ouvir: é o rádio para cegos. E terá audiência.

Milton Paes: Aproveitando o gancho, vamos falar de rádio. Está mais atrasado em relação à TV. É um veículo vigoroso e não há sinais de que ele esteja em extinção. Como está o avanço tecnológico?

Edilberto de Paula Ribeiro: Eu digo que o rádio é um jovem de 83 anos no Brasil, e tem vigor, e tem a maior penetração de conteúdo durante o dia, aproximadamente 13 horas, ante a TV, que é de 5 horas, por dia. Existem pesquisas que mostram que o ouvinte recebe a mensagem do rádio em no máximo 15 dias. É muito forte. Um exemplo seria um comercial: em 15 dias a população já sabe do conteúdo, ante a TV, que é forte nos horários de pico, mas o público é um pouco menor. Os dois veículos disputam a verba publicitária. A TV é um veículo fantástico, mas todos sabemos dos custos maiores. Para o pequeno empresário, o rádio é o mais viável veículo. O rádio é o último veículo a vir para o sistema digital. Há 12 anos temos

pesquisas para determinarmos o melhor sistema de transmissão. Temos o europeu, o americano e o japonês, que funciona com a frequência da televisão. Temos de avaliar que o Japão é uma ilha e não sei se é viável. Mas questionam: na TV fizeram o padrão japonês. Sim, mas houve uma potencialização do sistema.

Roberto Müller: Mas não se pode fazer isto com a rádio?

Edilberto de Paula Ribeiro: Teríamos de ter mais um canal específico para isto. Teríamos mais um problema: tirar todas as rádios de circulação, assim como faremos com a televisão. São 200 milhões de aparelhos de rádio e a população de baixa renda não tem poder aquisitivo para isso. Existem outras tecnologias que comungam os sinais de rádio por tempo indeterminado e que irão transmitir os dois sistemas, o analógico e o digital.

Roberto Müller: Isso traz uma comodidade para população, que não vai precisar comprar rádios digitais.

Edilberto de Paula Ribeiro: Outro ponto é que, mesmo que a pessoa adquira um aparelho digital, a faixa da emissora estará no mesmo lugar. Comparando, na televisão, mexeremos em 5 frequências, na rádio são 6 mil. É importante o governo estudar. Até agora o sistema que está mais cotado é o americano, que transmite as faixas digitalmente em AM e FM. Aliando a possibilidade de a estação enviar três conteúdos diferentes. Uma rádio que faz só notícias pode ter conteúdos variados, sejam músicas ou entrevistas. A qualidade da AM fica melhor ou igual à da FM. No analógico, a rádio AM apresenta um chiado. Se cair o sinal digital, o sinal analógico entra automaticamente e não se perde a transmissão.

Crislaine Coscarelli: Quando isso irá acontecer?

Edilberto de Paula Ribeiro: Fizemos um estudo com as entidades que cuidam do setor e com as grandes redes. Este mês o encaminhamos ao Ministério das Comunicações para chancelar o melhor modelo. Como não há interferência, vai para o digital quem quiser.

Milton Paes: A viagem ao Japão foi positiva? Qual foi o saldo?

Edilberto de Paula Ribeiro: Primeiro temos de ver se é viável para o empresário, pois toda mudança requer adaptações. É necessária a compra de equipamentos. A população tem de comprar estes equipamentos. Se governo, empresários ou população falharem, não adianta nada. Toda a cadeia tem que estar afinada. O mais importante é: a que preço? A população tem condições de comprar? As emissoras têm de ter garantias de que este sistema é viável. No Japão fizemos isso, perguntamos aos empresários se eles têm condições de colocar os produtos, a que preço e em quanto tempo para fazê-lo em larga escala. Nos EUA, os rádios digitais são vendidos a patamares menores que US\$ 100. A princípio, enquanto não houver escala, esses aparelhos têm de ser importados, mas quando houver escala teremos kits para montar aqui. O aparelho montado tem muita carga tributária de importação. Não discutimos os preços do governo. Quando houver produção em larga escala, o receptor de carro custará menos de US\$ 100, e o de mesa, menos de US\$ 70.

Fonte: DCI, São Paulo, 25, 26 e 27 out. 2008, Empresas & Negócios, p. B12.