

Migração das Rádios AM para FM

Uma abordagem social

Profª Nelia Del Bianco

Grupo Rádio e Midia Sonora da Intercom

Universidade de Brasília

No início, o AM



- O rádio surgiu no início do século XX operando como AM em Ondas Médias.
- Mudou mentalidades provincianas.
- Ligou vilas e cidades, antes isoladas, ao que ocorria no mundo.
- Criou vínculo entre as pessoas em sua comunidade.
- Ajudou a forjar as formas de pensar na modernidade.

No início, o AM



- Divulgou a cultura popular e a música em todas as suas formas.
- Promoveu o entretenimento em diferentes formatos.
- Criou as bases para a cultura audiovisual
- Foi importante na disseminação de costumes, ideias e ideais políticos e democráticos.
- Ao mesmo tempo instrumento manipulação política.
- Serviu tanto ao debate de questões sociais e políticas quanto à promoção da alienação.

Sentido de permanência



- Envolve o ouvinte numa dimensão emocional e pessoal.
- Imagens auditivas que se formam na imaginação do ouvinte constroem o carácter pessoal da comunicação.
- Vínculo com a tradição da cultura oral colabora para manter o poder de mobilização.
- Sentido de pertencimento ao local.



O rádio é um meio resiliente

Resistente, forte e adaptável.

Suporta a concorrência das novas mídias.

Está integrado às novas mídias.

Embora a transmissão analógica ainda seja dominante em quase todo mundo





Dial Infinito Rádio sem limites



Internet, players de MP3, dispositivos
móveis digitais, celulares, satélite e rádio
digital



Vivemos o recomeço do rádio

Ambiente convergente

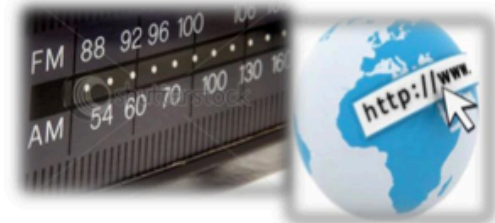
Tipos de Rádios

Rádios em diferentes
plataformas
AM/FM e Internet

Rádios exclusivas de
Internet

Rádios - playlist

Plataformas



“Geografias”



Aparelhos



Locais



Novos hábitos de escuta

- Ouvinte exige serviços cada vez mais personalizados e interativos.
- Audiência é agente gerador e transmissor de conteúdos.
- Engajamento se dá pelo compartilhamento, distribuição, comentários e capacidade de influenciar outros ouvintes.
- Não há mais audiência fixa e permanente a uma grade de programação.
- Assincronia da internet e redes sociais moldam os tempos de consumo às necessidades de cada usuário.



Migração AM para FM

- Mediamorfose do rádio impulsionada pela tecnologia.
- O novo meio apropria de traços dos existentes para depois encontrar sua própria identidade e linguagem.
- Os meios existentes passam por uma metamorfose, se transformam, se adaptam à nova realidade para encontrar outro papel a cumprir e sobrevivem.
- Convivência, coexistência e convergência.



Migração AM para FM

- Pesquisa realizada por Camila Curado - Comunicação – UnB
- Objetivo: Compreender as estratégias adotadas pelas emissoras AM no processo de transição para o FM:
 - Financiamento para a compra de novos equipamentos e com a outorga;
 - Adaptações de linguagem e/ou de programação;
 - Conquista de um público novo ou mais jovem;
 - Mudanças estruturais e gerenciais;
 - Estratégias de marketing;
 - Perspectivas quanto à digitalização da transmissão.

Emissoras pesquisadas

- Pesquisa qualitativa, entrevistas com diretores e engenheiros:
 - Rádio Bandeirantes AM (SP)
 - Jovem Pan AM (SP)
 - Rádio Globo AM (RJ)
 - Rádio Gaúcha (RS)
 - Rádio Jornal (PE)
 - Rádio Itatiaia AM (MG)
 - Rádio Sete Colinas AM (MG)
 - Rádio Nacional AM (DF)

Tendências

- Experiência rádio AM com transmissão simultânea no FM resultou em maior faturamento.
- Melhoria da qualidade de som aumenta a base da audiência .
- Replicar a programação do AM no FM.
- Manter audiência fiel à emissora.



Tendências

- Há emissoras preocupadas com a renovação da plasticidade, produzir sonoridade mais leve e dinâmica.
- Novos hábitos de escutas vão ditar as mudanças e ajustes.
- Parte delas já investiu em equipamentos de produção e transmissão.



Ambiente de desafios

- Reconquistar a audiência perdida provocada, em parte, pela perda de qualidade de som.
- Superar o atraso no investimento para a renovação do AM por conta da longa espera por mudanças tecnológicas.
- Investir em programação num ambiente de incertezas econômicas.
- Universalizar o acesso a celulares que tenham FM embutido independente de preço.
- Popularizar acesso a banda larga para que se possa utilizar aplicativos de emissoras de rádio.
- Disponibilizar no mercado receptores tradicionais baratos com faixa estendida

Ambiente de desafios

- Capitalizar pequenas emissoras para o processo de migração que ficaram sem investir na renovação da programação à espera de uma decisão do governo.
- Emissoras menores poderão ter dificuldades para arcar com os custos da migração.
- Prazo de migração vai ser no máximo de dois anos para rádios do interior, e de cinco anos para o espectro estendido, em capitais.

Ambiente de desafios

- Audição na faixa estendida – concentração nos grandes centros – 400. Eduardo Cappia

1/3 das que optaram pela migração

- Bahia - sete
- Ceará – nove
- Distrito Federal uma
- Espírito Santo - sete
- Goiás- nove
- Pará- seis
- Paraíba – cinco
- Pernambuco – doze
- Paraná - 67
- Minas Gerais – 30
- Santa Catarina – 52
- Rio de Janeiro – 23
- São Paulo - 162 canais
- Rio Grande do Sul - 60 canais.

Significado da migração



- Uma quebra de barreiras e de limitações
- Mudança de patamar
- Algo de novo em meio ao marasmo que dominou o rádio AM por mais de 10 anos.
- Confiança no fortalecimento do rádio.

Migração X Rádio Digital

GP Rádio Intercom

- Defesa do processo - integrar o rádio AM ao ambiente convergente.
- Preocupação com emissoras públicas que não pediram a migração
- Temor do isolamento dessas emissoras
- Reabertura de prazo para que pudessem fazer a migração.
- Dúvidas quanto à recepção do FM estendido

Radiodifusores

- Desanimo
- Perdeu a oportunidade diante do avanço da internet e dispositivos móveis.
- Falta de robustez do sinal.
- A tecnologia ainda não amadureceu.
- Reconhecem que o digital proporcionaria qualidade excepcional de som.

O Rádio AM no FM vai sobreviver?

- Não, para a rádio que continua pensar como há 10 ou 20 anos e que desconfia das potencialidades da Internet.
- Não, para o conservadorismo geracional, quem se sente confortável com a audiência do passado e se recusa a ver a quebra de paradigma.
- Sim, para a emissora que souber tirar proveito da convergência, colocando a programação em multiplataformas.
- Sim, para quem renovar a programação e apostar em informação e entretenimento de qualidade.



Obrigada!

nbianco@uol.com.br