

# RÁDIO DIGITAL

## INDÚSTRIA DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL:

---

### Composição do Mercado Brasileiro

2º maior mercado mundial em nº de emissoras de rádio;

3º maior mercado mundial em domicílios com TV;

3º maior mercado de locação de vídeo;

5º consumidor de CD de música do mundo;

6º maior mercado em número de jornais diários e em circulação do mundo;

6º lugar do mundo no mercado de TV por assinatura

7º maior mercado do mundo em nº de títulos de DVD.

Fonte: Mídia Dados 2005

## INDÚSTRIA DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL:

---

### Composição do Mercado Brasileiro

388 emissoras de TV

150 canais de TV pagas.

3.668 emissoras de rádio

1.582 títulos de revistas e 529 de jornais diários.

18.788 locais e 37.115 cartazes de outdoor.

1.572 salas de cinema.

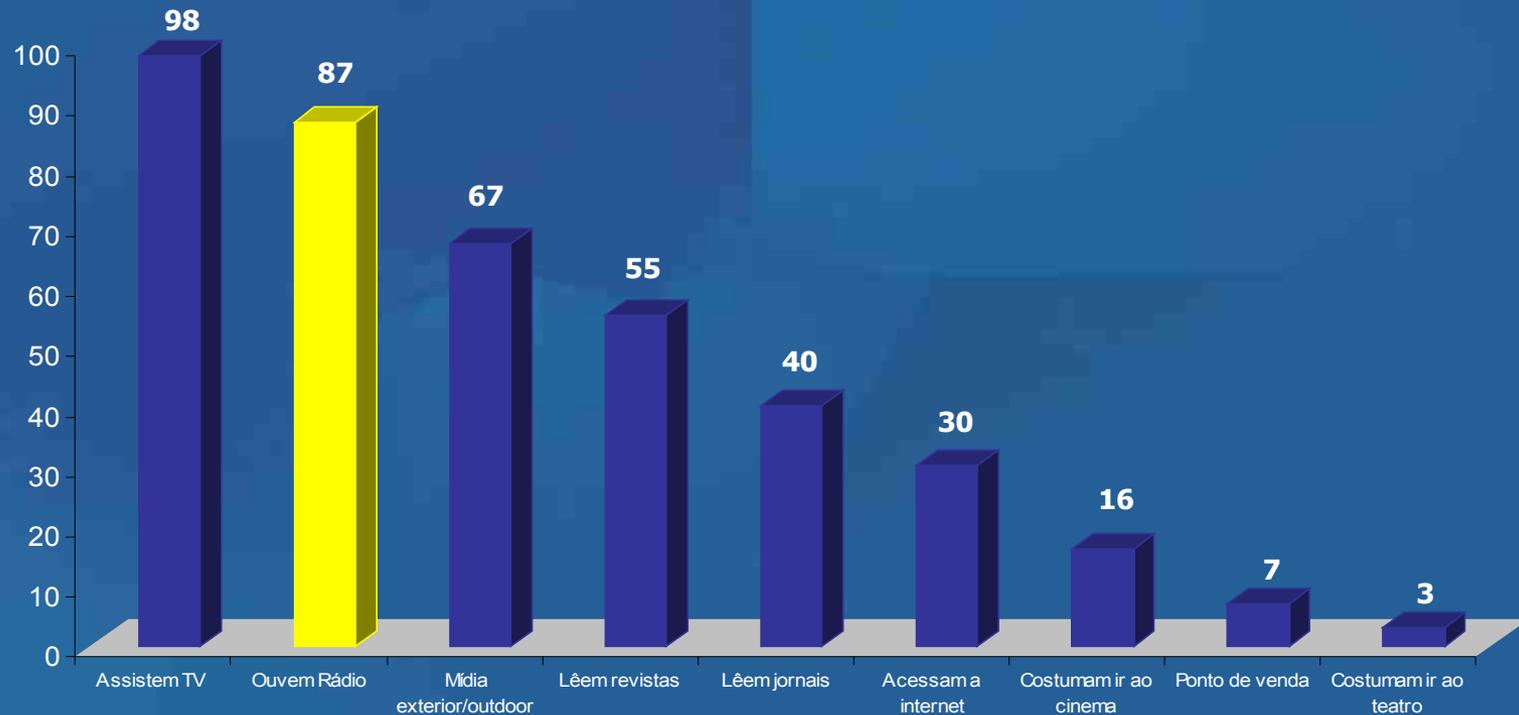
150 tipos de mídia exterior.

Fonte: Mídia Dados 2005

# RÁDIO DIGITAL

## INDÚSTRIA DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL:

### Penetração dos Meios



# RÁDIO DIGITAL



## RÁDIO NO BRASIL:

---

### Evolução da Posse no Brasil.

1970	10.386	58,9
1980	19.203	76,2
1990	29.993	84,3
2000	39.107	90,5
2003	43.163	90,9

Fonte: Mídia Dados 2005 - Grupo de Mídia

# RÁDIO DIGITAL

## RÁDIO NO BRASIL:

---

### Posse de aparelhos de Rádio

#### 98% DOMICILIAR

45.500.000 de Domicílios

133.770.000 aparelhos

#### 83% VEICULAR

19.339.000 de aparelhos

IBGE/Anfavea



# RÁDIO DIGITAL

## RÁDIO NO BRASIL:

---

- Sobrevivente a ameaças
- Seletiva
- Móvel e Interativa
- Real time
- Provoca a imaginação
- Íntima e companheira
- Credibilidade
- Agrega Valor
- Seu porta-voz



# RÁDIO DIGITAL

## RÁDIO NO BRASIL:

### Comportamento da Audiência

As pessoas estão cada vez mais ativas: saem de casa mais cedo e voltam mais tarde: academia, línguas, cursos, almoço de negócios, compromissos sociais, ...



CDI08018 - © - Enrique Algarra



# RÁDIO DIGITAL

## RÁDIO NO BRASIL:

### Comportamento da Audiência

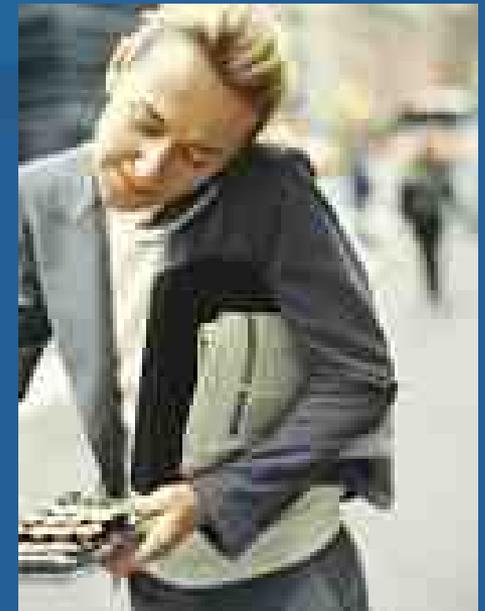
A grade das emissoras de TV já sofreu esta alteração – a “novela das 8”, por exemplo, começa às 9 hs.



# RÁDIO DIGITAL

## RÁDIO NO BRASIL:

### Comportamento da Audiência



O rádio é o único meio que não exige 100% de dedicação ao seu consumo.

Você pode trabalhar, dirigir, fazer atividades domésticas, esportes enquanto ouve o rádio.

## RÁDIO NO BRASIL:

---

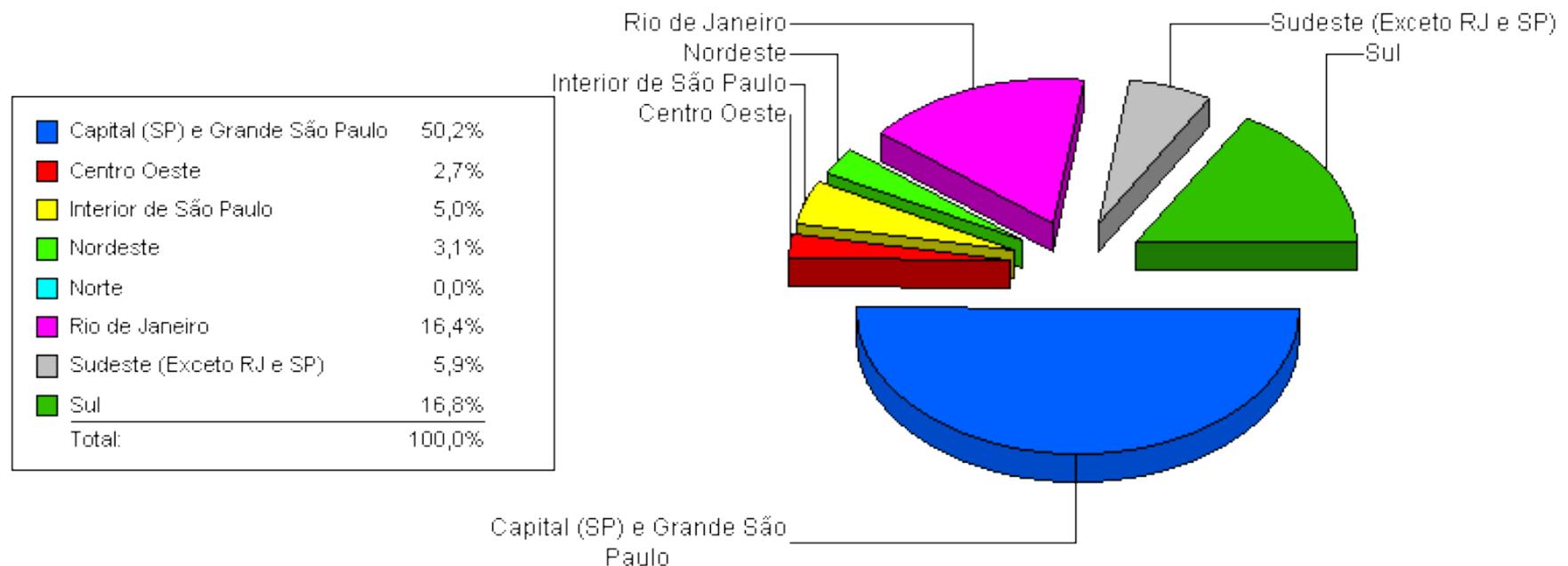
### Distribuição domicílios com Rádio por região

	Emissoras	Abs. (000)	%	Posse
BRASIL	3.668	45.500	100	87,7
NORTE	240	2.634	5,8	73,6
NORDESTE	847	10.525	23,1	80,7
SUDESTE	1.346	21.527	47,3	92,4
SUL	876	7.640	16,8	93,2
CENTRO-OESTE	359	3.172	7	84,1
São Paulo	634	11.098	24,4	94,9
Rio de Janeiro	138	4.681	10,3	93,1

Fonte: Mídia Dados 2005 - Grupo de Mídia

## RÁDIO NO BRASIL:

Distribuição da receita das emissoras no Brasil por região.



# RÁDIO DIGITAL

## Por que precisamos do Rádio Digital?

- Para dar competitividade em relação ao surgimento de mídias com qualidade digital.

**Mais da metade (54%) dos adolescentes americanos possuem iPod e MP3 player.**

Fonte: Ipsos



# RÁDIO DIGITAL

## **APPLE FAZ ACORDO COM FORD, GM E MAZDA PARA INTEGRAR IPOD AOS CARROS**

Publicada em 03 de agosto de 2006 às  
17h08

A Apple anunciou que fechou acordos com a Ford, General Motors e Mazda para integrar o seu toca-MP3 iPod com a maioria dos modelos dessas montadoras.

**Com isso, mais de 70% dos carros comercializados no mercado norte-americano devem sair de fábrica com a integração com o iPod em 2007.**

A Apple havia anunciado, na semana passada, que trabalhava para integrar, de forma mais fácil, o seu tocador MP3 aos carros.

A GM, de acordo com Greg Joswiak, vice-presidente mundial de marketing para o iPod, vai integrar o iPod em todos os seus 56 modelos à venda nos Estados Unidos.

As três fabricantes vão permitir que os motoristas controlem o iPod por meio dos controles multifunções dos carros.



# RÁDIO DIGITAL

**Estudo: um em cada cinco americanos com mais de 12 anos tem MP3 player**

Por , do IDG Now!

Publicada em 29 de junho de 2006 às 17h50

Segundo a Associação de Eletrônicos de Consumo,

**as vendas de tocadores de música digital somaram 4,23 bilhões de dólares em 2005, sendo que os dispositivos representaram 85% de todos os produtos de áudio portáteis fabricados no ano passado.**

Os jovens americanos estão conduzindo o crescimento recente deste mercado, tendo em vista que mais da metade dos adolescentes possui MP3 players portáteis (54%), enquanto 30% destes consumidores estão na faixa de 18 a 34 anos. Os tocadores de MP3 têm menos apelo entre os consumidores mais velhos - 13% dos respondentes com idade entre 35 e 54 anos possuem player. Os homens continuam consumindo mais MP3 Players do que as mulheres... Quanto ao tempo de uso.... os mais jovens usam os portáteis por 16 horas semanais, em média, mas possuem menos conteúdo armazenado nos aparelhos. No geral, os consumidores pesquisados possuem 700 músicas armazenadas em seus tocadores. As coleções de CDs ainda são as fontes principais de conteúdo dos players para 44% dos consumidores pesquisados. Já 6% dos usuários baixam músicas das coleções dos amigos, enquanto 25% se abastecem por sistemas de assinatura de downloads online e 19% usam redes de compartilhamento de arquivos...



# RÁDIO DIGITAL

## Preocupações

- Competitividade atual
- Dar o passo certo na escolha do padrão
- Capacitação da indústria nacional
- Incentivo aos insumos
- Regulamentação
- Incentivo a renovação do parque instalado
- Adoção pelos consumidores da nova tecnologia
- Levantamento de dados

## Prioridades

- Manutenção do plano básico de distribuição de canais
- Escolha do Padrão único
- Flexibilidade de Serviços para o Radiodifusor
- Disponibilidade de Receptores
- Programas e serviços disponíveis aos consumidores
- Disponibilidade de Espectro
- Implementação da transmissão digital AM
- Implementação da transmissão digital FM

# RÁDIO DIGITAL

## PRINCÍPIO:

---

A radiodifusão investirá em um sistema que permitirá às suas emissoras AM e FM migrarem, num mesmo padrão, para transmissões digitais na mesma faixa e no mesmo canal atuais, sem qualquer solução de continuidade. Oferecendo melhor qualidade de áudio ao seu público.



## Benefícios para o Radiodifusor

# RÁDIO DIGITAL

### Fornece Melhores Serviços para os Ouvintes



- Fornece flexibilidade na programação AM através de melhor qualidade de áudio
- Aumenta a confiabilidade do sinal de FM através da área de cobertura
- Habilita enriquecida experiência através de programa associada a dados



### Transição suave para radiodifusores e ouvintes

- Utiliza a infraestrutura existente e mesmo espectro – não precisa de novas torres ou nova licitação de frequência
- Mantém o comportamento do ouvinte – sintonizarão ainda a 106.7
- Preserva a equidade do radiodifusor na posição do dial e a marca – 98 FM

# RÁDIO DIGITAL

## Benefícios para o consumidor



### Recepção bem clara

- Sem estática, chiado, estalo e desvanecimento

### Fornecer Novo Potencial de Receita através da transmissão de dados

- Canção, Artista, Título do CD
- Alerta do Tempo, Atualização do Tráfego, Breaking News, Propaganda
- Capacidade Futura tal como áudio on demand, Armazenamento e Repetição e Compra no toque de um botão



Serviço sem assinatura - GRATUITO

# RÁDIO DIGITAL

## HD Radio capacidades atuais



## Retrospecto do HD Radio

A capacidade de voltar audio ao vido a até 45 segundos. Também pode ser usado para armazenar um clip de audo de até 45 segundos.

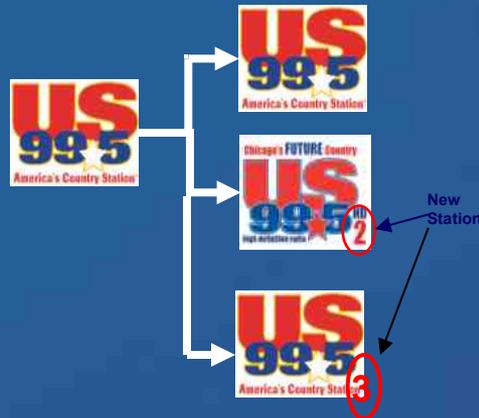
## Protocolo de Transporte de Dados HD Radio

A capacidade de transmitir e receber conteúdo não digital de áudio, que permitirá serviços novos e de grande valor, tais como a entrega de informações de tráfego em tempo real para sistemas de navegação de veículos.



# RÁDIO DIGITAL

## HD Radio Capacidade Atual

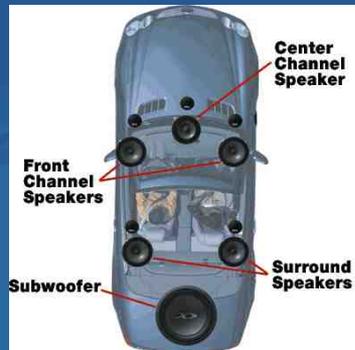


## Multicasting

A habilidade para dividir uma transmissão digital e suportar mais do que um serviço de áudio com a Multigeração de programação.

## Surround Sound

A maioria das soluções surround tais como Dolby, SRS and Neural Audio tem sido certificados pela IBiquity e são atualmente compatíveis com os receptores e os processos de decodificação empregados.



# Multicasting



# RADIO DIGITAL



HD indicator

Indicador de canal multicasting

Amostra da qualidade do sinal digital

# RÁDIO DIGITAL



**Fabricantes de HD Rádio:  
ALPINE, BECKERHARMAN, CLARION, DAEWOO ELETRIC**

# RÁDIO DIGITAL



**Fabricantes de HD Rádio:  
FUJITSU-TEM, HYUNDAI, AUTONET, MITSUBISHI, PANASONIC**

# RÁDIO DIGITAL



**Fabricantes de HD Rádio:  
PIONNER, SANYO, SIEMENS VDO E VISTEON**

# RÁDIO DIGITAL



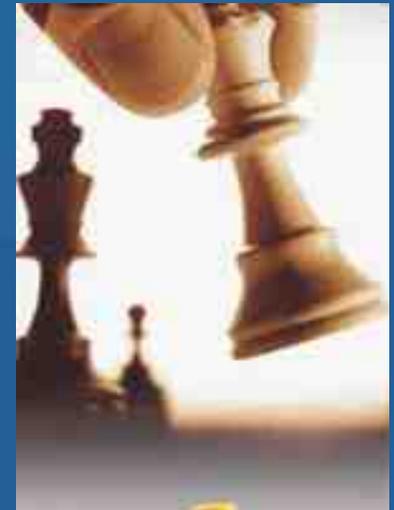
Fabricantes de HD Rádio:  
KENNWOOD E DELPHI

# RÁDIO DIGITAL

Aliança Brasileira para o Rádio Digital  
Focos de Atuação:

---

1. Instituições Governamentais e Regulatórios
2. Trade Indústria e Comércio
3. Radiodifusores e Associações Regionais
4. Varejo, Ouvintes, Consumidores e Formadores de Opinião



## EMISSORAS EM OPERAÇÃO NO BRASIL:

---

Sistema Globo de Rádio

Sistema Clube de Rádio

Rádio Record

Rede Itatiaia

Grupo Bandeirantes

Rede RBS

Rede CBS

25 emissoras em operação e em fase de  
instalação

## Emissoras em operação cobertura potencial

---

MERCADO em operação	População 10+ anos
GRANDE RIO DE JANEIRO	9.300.411
GRANDE SÃO PAULO	15.876.648
GRANDE PORTO ALEGRE	2.427.339
RIBEIRAO PRETO	465.970
GRANDE SALVADOR	2.764.580
Potencial de Cobertura	30.834.948

IBOPE/AESP/ABERT

## Emissoras em operação Alcance Máximo

---

### Mercado em operação

RIBEIRÃO PRETO	195.585
PORTO ALEGRE	409.089
SÃO PAULO	4.262.354
SALVADOR	868.224
RIO DE JANEIRO	2.162.846
Americana	71.167
IBOPE	7.969.266

# RÁDIO DIGITAL

## PERSPECTIVAS DE ADOÇÃO

---

A tecnologia Digital HD Radio não é como TV de alta definição, aonde a transição para digital custa milhões de dólares. Para o empresário do Rádio custará entre US\$ 50 a 200 mil para a conversão do sinal.



# RÁDIO DIGITAL

## O HD RÁDIO É O ÚNICO SISTEMA PARA O RÁDIO DIGITAL?

---



Não. Mas é o único que opera em AM e FM.

- É o único que respeita a planta de distribuição das concessões analógicas já existentes no Brasil.
- É o único que permite a transmissão simultânea do analógico e digital.
- É o único sistema disponível que satisfaz a configuração do Rádio brasileiro.

# RÁDIO DIGITAL

[acacio@abert.org.br](mailto:acacio@abert.org.br)