



## O rádio digital em Minas Gerais - um balanço do primeiro ano de testes

Ângela de Moura<sup>1</sup>

Nair Prata<sup>2</sup>

Sônia Caldas Pessoa<sup>3</sup>

Waldiane Fialho<sup>4</sup>

Wanir Campelo<sup>5</sup>

### Resumo

Este trabalho é a segunda etapa de pesquisa iniciada em 2006, que realizou um levantamento acerca da implantação do rádio digital em Minas Gerais. Na presente investigação, foi feito um retorno às rádios Globo e Itatiaia, com o objetivo de verificar os avanços no processo. A Itatiaia informa que já realizou os testes com a transmissão digital enquanto a Globo, que já havia iniciado a digitalização, apresenta um balanço da situação até o momento.

**Palavras-chave:** RÁDIO; RÁDIO DIGITAL; MINAS GERAIS

### Introdução

Os pilares da implantação do rádio digital em Minas se sustentam sobre as rádios Globo e Itatiaia, emissoras que já iniciaram o processo de digitalização das transmissões. Mas não há até agora, em Minas Gerais, qualquer movimento popular, qualquer debate, qualquer discussão sobre o rádio digital que não esteja circunscrito aos meios acadêmico, técnico ou radiofônico.

---

<sup>1</sup> Jornalista (Uni-BH). Mestre em Educação (Puc-Minas). Professora do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH) e da Fundação Comunitária Educacional e Cultural de João Monlevade-MG (Funcec). Coordenadora do Laboratório de Rádio do Uni-BH.

<sup>2</sup> Jornalista (UFMG), mestre em Comunicação (Universidade São Marcos-SP) e doutoranda em Linguística (UFMG). Professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH). Coordenadora e professora do curso de pós-graduação: Criação e Produção em Mídia Eletrônica - Rádio e TV, do Uni-BH. Coordenadora do Núcleo de Imprensa do Uni-BH.

<sup>3</sup> Jornalista (Uni-BH). Mestre em Linguística (UFMG). Professora do Centro Universitário Newton Paiva e da Faculdade Estácio de Sá. Coordenadora do Projeto do Núcleo de Rádio do Centro Universitário Newton Paiva. Professora do Curso de Pós-Graduação: Criação e Produção em Mídia Eletrônica – Rádio e TV, do Centro Universitário de Belo Horizonte.

<sup>4</sup> Publicitária (Uni-BH) Mestre em Artes Visuais (UFMG). Professora do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH) e da Faculdade Estácio de Sá. Professora e pesquisadora do curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Estácio de Sá de Belo Horizonte. Colaboradora do Projeto de Extensão: Radioescola Ponto Com do Uni BH. Professora dos Cursos de Pós-Graduação: Criação e Produção em Mídia Eletrônica – Rádio e TV, e de Comunicação Empresarial do Centro Universitário de Belo Horizonte.

<sup>5</sup> Jornalista (UFMG). Mestre em Comunicação (Universidade São Marcos-SP). Professora dos cursos de Jornalismo, Produção Editorial e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH) e da Universidade Salgado de Oliveira (Universo). Coordenadora do Projeto de Extensão: Radioescola Ponto Com do Uni BH. Coordenadora e Professora do Curso de Pós Graduação: Criação e Produção em Mídia Eletrônica - Rádio e TV, do Uni-BH.



Na prática, isso quer dizer que não há ainda o envolvimento da população com as novidades que se avizinham com o rádio digital, nem no tocante à melhoria do som e muito menos no que diz respeito aos novos conteúdos e aos novos modos de se fazer e ouvir rádio.

Este trabalho dá continuidade à pesquisa iniciada em 2006, que realizou um levantamento acerca da implantação do rádio digital em Minas Gerais. Na presente investigação foi feito um retorno às rádios Globo e Itatiaia, com o objetivo de verificar os avanços nesse processo.

## 1. O rádio digital

As novas tecnologias promoveram uma verdadeira revolução na radiofonia. A principal delas é a digitalização, tanto da produção, quanto da transmissão e recepção radiofônicas.

Em todo o mundo, há uma intensa movimentação em torno do rádio digital e das novidades que a nova tecnologia traz consigo. Questões como linguagem, preço do aparelho receptor, readequação do trabalho do jornalista, os novos gêneros digitais e novas formas de interação com o público, entre muitas outras, são debatidas pela sociedade, pelos profissionais de comunicação e nas redações das emissoras de rádio.

O rádio digital apresenta três variantes tecnológicas, segundo Campos e Pestano (2006)<sup>6</sup>: o rádio digital por satélite; o rádio digital terreno e o rádio pela web.

Martínez-Costa (2006) afirma que o rádio está começando a abandonar suas formas tradicionais e modos de funcionamento e se reinventando. A autora determina que em três âmbitos estão acontecendo modificações radicais dos modelos de funcionamento do rádio:

1. Os processos de produção: proporcionando mais qualidade;
2. Os processos de transmissão: com o uso eficaz do espectro, sinal mais resistente a interferências, sinal que potencialmente pode utilizar suportes distintos;
3. Os sistemas de recepção dos programas de rádio: com melhores coberturas e condições técnicas de recepção.

Del Bianco (2006), no artigo intitulado *E tudo vai mudar quando o digital chegar* explica as transformações provocadas por esse novo modelo de radiofonia:

---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.saladeprensa.org/>. Data de acesso: 24/01/2006.

O rádio digital é uma revolução técnica tão significativa que irá alterar o modo de produção da programação, de distribuição de sinais e a recepção da mensagem radiofônica. Pesquisadores da área de várias partes do mundo apontam para a necessidade de uma “reinvenção” do rádio para que possa se adaptar à nova tecnologia. A mais evidente reinvenção está relacionada à diversificação do conteúdo para atender ao crescimento da oferta decorrente da diversificação de modalidades de canais (p.2).

Candelas (2001) explica que estamos entrando numa fase em que há uma outra forma de entender o rádio. Segundo o autor, o mundo do rádio digital é o rádio de conteúdos especializados, mas a questão principal que se coloca é sobre o grau de aceitação destas novas rádios por parte dos usuários.

Quando se fala em rádio digital, a explicação mais comum é: “AM com som de FM e FM com som de CD”. Mas, além de um som de primeira, as novidades do rádio digital serão muito maiores, principalmente no aspecto da linguagem. A grande mudança reside, sem dúvida alguma, no tocante à possibilidade de interação com o ouvinte, com a criação de novos canais de comunicação. Candelas (2001) relaciona alguns dos novos tipos de serviços que podem ser prestados pelo rádio digital:

1. Transmissão de uma imagem fixa, paralelamente com a notícia falada do programa;
2. Transmissão de mapas de tempo detalhados, com explicações e alta resolução gráfica;
3. Sistemas de informação de trânsito, incluindo recomendações sobre possíveis desvios, mostrando a forma de um mapa apresentado num pequeno monitor;
4. Sistemas de controle de trânsito em *display*, para o público em geral ou para grupos reduzidos (táxis ou carros de aluguel);
5. Sistema pago e de transmissão de dados a grupos específicos de usuários, como, por exemplo, informações sobre cartões de crédito, informações do tempo e educação à distância (p.100).

Uma questão importante nesse debate é o aparelho receptor, pois o sucesso da digitalização depende da adesão do público, com a conseqüente aquisição de um novo aparelho de rádio. O mercado mundial oferece hoje vários tipos de aparelhos receptores de rádio digital tanto portáteis, quanto aqueles para serem utilizados em automóveis e até combinados com computador. Mas para a visualização de dados é preciso um decodificador de imagens e, para os textos, uma tela capaz de representar caracteres alfanuméricos.

São conhecidos hoje três sistemas de transmissão de rádio digital:



1. DAB (*Digital Audio Broadcasting*): É constituído de duas variações, uma para cada serviço: o DAB para FM e o DRM (*Digital Radio Mondiale*) para AM.
2. IBOC (*In-Band O Channel*): Pode ser utilizado tanto para FM quanto AM, por via terrestre ou por satélite, nas atuais frequências, sem faixas adicionais e transmitindo áudio e dados simultaneamente, permitindo às emissoras se digitalizarem com um processo rápido e simples de migração. Pertence à empresa americana IBiquity, que cobra royalties pelo uso.
3. ISDB (*Integrated Services Digital Broadcast*): Sistema japonês, já é considerado uma convergência tecnológica de rádio com TV digital e que, eventualmente, poderá confrontar com a divergência regulatória em alguns países<sup>7</sup>. A questão é que este sistema, diferentemente dos demais, permite o rádio no mesmo canal de TV digital.

## 2. A implantação do rádio digital

Para conhecer o momento atual da implantação do rádio digital no Brasil, buscamos informações diretamente com o ministro das Comunicações, Hélio Costa<sup>8</sup>. O ministro informa: “Nós estamos fazendo experiências com o rádio digital há um ano e meio. Aqui mesmo em Belo Horizonte quem quiser e tiver um rádio de alta definição já pode ouvir uma emissora em FM e uma em AM”. E deu como exemplo a Itatiaia: “A rádio Itatiaia já está se preparando para entrar nos próximos meses no circuito digital de FM e AM. Isso quer dizer que o ouvinte vai ter um som como se fosse rigorosamente um CD em qualquer lugar que você sintonizar a emissora”.

Acerca da escolha do sistema de transmissão, o ministro Hélio Costa explicou que o governo brasileiro “vai optar pelo sistema que for mais prático”. Ele detalha o que isto significa: “Se a escolha não for feita corretamente, todo mundo vai ter que trocar o rádio. Quem tem o rádio analógico vai ter que comprar um outro rádio para ouvir a mesma emissora em transmissão digital”. Segundo o ministro, “o Brasil terá um sistema que possa ser transportado pelo mesmo aparelho. O mesmo rádio que vai transportar o analógico, vai transmitir também o digital. Essa é a decisão que nós devemos tomar”.

O ministro Hélio Costa acrescenta que, inicialmente, os ouvintes terão que comprar um adaptador para ouvir a transmissão digital, mas que os novos aparelhos que vierem das fábricas já poderão captar o som digital: “Neste rádio que as pessoas têm agora deverá ser colocado um pequeno adaptador, como faremos com a televisão digital. O

---

7 Cf: [http://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialradio/pagina\\_3.asp](http://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialradio/pagina_3.asp). Data de acesso: 11/03/2006.

8 A entrevista com o ministro foi realizada por alunos do Uni-BH, no dia 05/05/2007, Dia Nacional das Comunicações, como atividade do curso de pós-graduação *Criação e Produção em Mídia Eletrônica – Rádio e TV*, coordenado por Nair Prata e Wanir Campelo. O encontro dos alunos com o ministro aconteceu na rádio Itatiaia, ao vivo, no programa Chamada Geral.



adaptador da TV custa 100 reais e o do rádio vai custar cerca de 15 reais. Mas depois os novos rádios já vão vir com AM, FM e digital”.

E, para entender a atual configuração do rádio digital em Minas Gerais, procuramos a Associação Mineira das Emissoras de Rádio e Televisão (Amirt). Em entrevista<sup>9</sup>, o diretor Luiz Carlos Gomes afirmou que rádio digital só será uma realidade em Belo Horizonte daqui a cinco anos. “Na verdade, estamos como cego em tiroteio. Já fizemos vários seminários para discutir a parte técnica, mas há uma controvérsia muito grande sobre qual sistema utilizar, pois ninguém conseguiu chegar até hoje a uma conclusão segura sobre o modelo ideal”, afirma. Ele lembra que a experiência dos Estados Unidos e do Japão vem apresentando inúmeros problemas de ordem técnica.

Além das dificuldades naturais por trata-se de uma tecnologia muito nova e de alta complexidade, Luiz Carlos atribui essa lentidão à pluralidade de interesses. Ele ressalta não apenas a divergência em relação ao modelo técnico, mas dificuldades econômicas que alcançam, em especial, a área comercial, uma vez que, com o aumento do número de veículos de comunicação, a verba publicitária se diluiu. Essa escassez de investimentos publicitários se traduz em falta de incentivo para que a implantação do modelo digital avance. “O rádio consegue absorver, atualmente, apenas 4% do bolo publicitário, o que é muito pouco”, observa.

Além disso, as emissoras de rádio terão que passar por uma transformação muito grande em toda a sua estrutura. “O sistema de transmissão da rádio AM, por exemplo, é ainda mais complexo, por causa do aterramento dos fios. Mas, no caso das FMs, eu acredito que elas já se encontram 70% preparadas, uma vez que o sistema de transmissão já é digitalizado”.

Por causa dos entraves na parte técnica, ainda não se pode discutir novos modelos de programação. Portanto, enquanto esse “nó técnico” não for desatado, não é possível avançar para a outra ponta do sistema digital: a recepção. Luiz Carlos comenta que o valor atual do receptor gira em torno de seis mil reais e isso torna inviável pensar agora nessa outra ponta. Sendo assim, qualquer abordagem relacionada ao conteúdo do rádio digital terá que ser adiada.

O diretor da Amirt acredita que, futuramente, o modelo adotado será, de fato, o *I/BOC* e que a primeira emissora de BH a estrear a digitalização será a rádio Itatiaia. “É a emissora mais forte economicamente e em audiência”, justifica. Luiz Carlos elogia o interesse do governo em tornar o sistema digital uma realidade para as emissoras de

---

9 Entrevista realizada em 19/04/2007 por Ângela de Moura e Waldiane Fialho.



rádio e TV. Prova desse interesse, segundo ele, é a liberação de uma linha de crédito do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para que as emissoras possam investir. Ele diz que há, ainda, uma resolução do Conselho Nacional de Política Fazendária (Confaz) que garante a isenção de impostos na importação de equipamentos.

Apesar dos incentivos, os empresários do setor estão receosos, pois as duas perguntas básicas são: “qual equipamento vamos utilizar e qual é o custo?” A expectativa é que quando essas perguntas forem respondidas, o processo deslanche. A Amirt tem sido consultada pelos associados, sobretudo de emissoras AM, que mostram interesse explícito em adotar o sistema digital, pois todos têm clareza da melhoria de áudio que a novidade trará. É certo, portanto, que todos desejam a mudança. A orientação que a entidade dá a tais interessados é que participem dos eventos e se informem sobre os possíveis modelos e os incentivos do governo. Entretanto, as informações disponíveis ainda não são suficientes para um investimento seguro nos equipamentos digitais. É uma dúvida cruel - mas necessária - em torno da relação custo/benefício.

Nesta pesquisa, conversamos<sup>10</sup> também com o diretor de Assuntos Internacionais do Serviço de Difusão da Rádio França Internacional, Carlos Acciari, que tem se dedicado ao estudo do rádio digital e sua implantação na França e no Brasil. Ele faz severas críticas à implantação desta modalidade de radiofonia em nosso país e diz que é preciso resolver outros problemas primeiro. Acciari explica: “No Brasil e na América Latina, em geral, o digital vai formar uma ruptura dez vezes maior do que já existe hoje, entre os que têm acesso à informação e os que não têm”. E faz um questionamento: “Quem me garante que vai ter controle? Se for para falar que vai democratizar, o país vai ter que criar recursos para que as pessoas que não têm condições de comprar um rádio digital, comprem. Vai ter que garantir cobertura digital para todos”.

Acciari diz que é preciso, primeiramente, resolver o problema da falta de regulação do espectro da FM, “já que isto o digital não vai arrumar. Vai é fazer desaparecer um monte de gente sem abrir perspectiva nova”. E completa: “O problema é que sem organismos de regulação, sem vontade política de fazer com que todo mundo tenha acesso, não vai dar certo”.

O diretor da Rádio França vê um outro problema com relação à implantação do rádio digital no Brasil, desta vez no que ele denomina de “tecnologias abertas e fechadas”. Segundo Acciari, o Brasil, ao optar pela tecnologia americana IBOC, que é

---

10 Entrevista realizada em 29/04/2007 pela jornalista Maria Cláudia Santos, especialmente para este trabalho.





fechada, está alugando uma patente com direito de uso, mas fica dependendo da IBOC para o resto da vida. “É como se você tivesse um carro e, para trocar o vidro, tivesse que mandar o carro para a fábrica. Tem todo um processo que faz o país ficar dependendo do fabricante”. Ele completa informando que são poucas as pessoas no Brasil que estão aptas a fazer manutenção do digital.

### 3. O rádio digital em Minas Gerais

Este grupo de pesquisa acompanha, desde 2006, os avanços do rádio digital em Minas Gerais a partir das duas emissoras já citadas: Globo e Itatiaia<sup>11</sup>. Um ano depois, voltamos a estas duas estações para verificar se houve avanços e quais os planos a partir da digitalização.

No nosso retorno à rádio Globo conversamos com o técnico Antônio Lara e com o coordenador de Jornalismo e Esportes, Marcos Guiotti<sup>12</sup>. Na rádio existe apenas uma novidade. Trata-se do sistema PAD – o Programa Auxiliar de Dados, que está sendo experimentado nos nove receptores digitais – auto-rádios Kenwood e Pioneer, que foram distribuídos entre alguns funcionários que exercem cargos de coordenação e de direção na empresa em Minas Gerais. Os receptores são compostos por duas partes: (1) analógica, produzida em Manaus; e (2) digital, importada, que constitui uma caixa semelhante a um CD changer, comumente instalado nos porta-malas de automóveis.

O PAD é um pequeno display em que é possível digitar algumas mensagens que poderão ser lidas pelo ouvinte, no visor do próprio rádio, enquanto o áudio está ligado. Segundo Antônio Lara, um dos técnicos responsáveis pelos testes, essas mensagens serão, em breve, geradas automaticamente, mas hoje elas precisam ser digitadas por alguém, em um computador, e em seguida disponibilizadas.

Ao que tudo indica, servirão, prioritariamente, como ferramentas publicitárias, mas talvez possam ser utilizadas para outros fins, como, por exemplo, veicular informação jornalística.

Como as outras emissoras brasileiras autorizadas pela Anatel, a rádio Globo Minas testa atualmente o Sistema de Radiodifusão Sonora Digital IBOC (In-Band On-Channel). O IBOC, conhecido comercialmente como HD Rádio, é o padrão norte-americano de radiodifusão digital, desenvolvido pela iBiquity Digital Corporation. Neste sistema, a frequência do analógico é a mesma para as transmissões digitais.

---

11 Conferir artigo: CAMPELO, Wanir; FIALHO, Waldiane; PESSOA, Sônia; VIANA, Graziela. *Os primeiros passos o Rádio Digital em Minas*. Artigo apresentado ao NP 06 – Rádio e Mídia Sonora do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, 2006.

12 Entrevistas realizadas em 12/04/2007 por Wanir Campelo e Waldiane Fialho.

A rádio Globo foi a primeira emissora de Minas a participar dos testes para a transmissão digital no Estado. Desde novembro de 2005 tem uma autorização para realizar esta experiência, em horários indeterminados, e em abril de 2007 foi entregue à Anatel um relatório final com os resultados obtidos.

Segundo Antônio Lara, foram feitas, neste período, várias medições de campo para identificar o alcance do sinal e, surpreendentemente, foi constatado que este sinal se fez presente em cidades que estão a mais de 300 quilômetros de distância dos transmissores, localizados no bairro Betânia, região oeste da Capital mineira.

Se do ponto de vista da qualidade do áudio o resultado é considerado satisfatório pelos técnicos da Globo, por outro lado, o *delay* continua sendo um incômodo, já que o sinal digital apresenta um atraso de oito segundos em relação ao analógico.

Nas entrevistas realizadas em 2006, o *delay* foi tratado como um “problema”, pelo coordenador de Jornalismo e de Esportes da emissora, Marcos Guiotti. Já este ano, isso passou a ser, pelo menos aos olhos de Antônio Lara, apenas uma “limitação”, a ser corrigida quando a rádio digital entrar oficialmente no ar.

Ainda hoje, esta diferença no tempo de transmissão entre os dois tipos de sinal é facilmente percebida, mas para Lara, trata-se, apenas, de mais um desafio a ser transposto pela tecnologia atual.

Segundo Guiotti, contudo, a rádio Globo, ávida em manter o seu pioneirismo, está pronta para entrar com o sinal digital, assim que sair a liberação do governo federal, pois não há mais nada a fazer a não ser aguardar o sinal verde.

Tão logo isso ocorra, em pouco tempo, de acordo com o coordenador de esportes e jornalismo da emissora, a rádio Globo estará operando digitalmente, atendendo à linha editorial que será ditada pelo Sistema Globo de Rádio em todo o país.

Guiotti afirma que são muitos os recursos que poderão vir a ser utilizados. “A Som Livre, por exemplo, que também é da Globo, deve estar de olho nisso, pois assim que a rádio tocar uma música, eles já disponibilizam, no PAD, o endereço para você comprar aquele CD, digitando, por exemplo uma frase do tipo: “Gostou dessa música? Então ligue e compre. São alguns dos recursos que o rádio digital tem e que eles já sabem que existem”.

Em termos de produção jornalística, Marcos Guiotti afirma que as mudanças serão muito tímidas, ou quase inexistentes, pois não se descobriu ainda a possibilidade de se produzir notícia específica para o rádio digital. “O que vai mudar é a forma de exploração





jornalística. A rádio digital será transmitida em quatro canais, cada um com uma programação diferente”, conclui.

Também voltamos à rádio Itatiaia e conversamos com o diretor de Jornalismo, Márcio Doti e o diretor técnico, Cláudio Carneiro<sup>13</sup>. Assim como o diretor da Amirt, Luiz Carlos Gomes, o diretor de Jornalismo da Itatiaia, acredita que serão necessários pelo menos cinco anos para a entrada, definitiva, do rádio digital no Brasil. Segundo ele, a nova tecnologia trará, sem sombra de dúvida, o aprimoramento da qualidade sonora nas transmissões radiofônicas, mas, além disso, quase nada.

De acordo com o jornalista, “a programação será praticamente a mesma e o grande diferencial estará, como acontece na atualidade, naquilo que cada um vai ser capaz de despertar no público ouvinte”. Doti acredita que o desafio continua sendo o mesmo, “talvez um pouco mais facilitado em função das novas tecnologias, mas o caminho para outras conquistas ainda será medido pela qualidade do trabalho. Vai se sobressair quem souber enfrentar esse desafio com competência”.

Segundo Doti, um dos maiores entraves para a implantação desse novo rádio no Brasil está no alto preço do aparelho receptor. No entanto, ele acredita que isso acontece sempre, com a chegada de cada nova tecnologia. Com o tempo, a tendência é que esse equipamento vá se tornando mais barato, facilitando assim a sua aquisição.

Por analogia, ele lembra que isso ocorreu com a chegada do rádio FM, em meados da década de 70. Os rádios não eram fabricados com a faixa de Freqüência Modulada e todos que optaram por ouvi-la, tiveram de comprar um novo aparelho receptor. No início, tiveram de pagar caro. Hoje, todos os rádios vendidos já vêm com FM.

Doti acha possível que o rádio digital possibilite maior interatividade com o ouvinte. Além disso, comenta, “ganhará mais tempo de transmissão, ao disponibilizar, no display, informações curtas como a temperatura, as condições do trânsito, a cotação do dólar e outros serviços tradicionalmente oferecidos pelas emissoras em seus boletins de hora em hora”.<sup>14</sup>

O formato da programação, de acordo com Doti, não deverá sofrer mudanças significativas. A produção do conteúdo será a mesma, desde que continue girando em função do projeto empresarial de qualquer emissora, cujo único caminho vai desembocar no lucro.

Na entrevista com o diretor técnico da rádio Itatiaia, Cláudio Carneiro, percebeu-se que os planos para o início dos trabalhos precisaram ser adiados. O que deveria ter

---

<sup>13</sup> Entrevista realizada em 08/05/2007, por Wanir Campelo.

<sup>14</sup> Márcio Doti se refere aqui ao PAD, já citado na visita à rádio Globo.



ocorrido em agosto de 2006, de acordo com as informações prestadas há um ano por Severino Dias Carneiro, engenheiro e técnico responsável pelos testes com o rádio digital na Itatiaia, só se concretizou oito meses depois.

Em abril de 2007 a rádio Itatiaia concluiu a transferência dos seus transmissores e em muito pouco tempo estará apta a transmitir digitalmente a sua programação. As antenas saíram do alto da Serra do Curral e foram levadas para um outro terreno, de 62 mil metros quadrados, em uma das áreas mais nobres da Capital mineira, distante cinco quilômetros da localização anterior.

A operação foi realizada com a assessoria da equipe norte-americana Kintronic, que atestou, segundo Cláudio Carneiro, “a excelência dos equipamentos utilizados e os considerou como os melhores da América Latina”. Segundo Carneiro, até o final de 2007 a Itatiaia pode começar a operar digitalmente, embora não haja sequer um aparelho receptor digital à venda no Brasil. Enquanto isso, nos Estados Unidos, ele afirma que a indústria americana, em parceria com os grandes magazines, tem colocado milhares de rádios digitais no mercado a preços cada dia menores, alavancando vendas cada vez maiores.

Carneiro diz: “Somos um país de miseráveis. Quem vai comprar um receptor que, nos Estados Unidos, custa hoje entre 200 e 1.200 dólares? É um preço muito alto para os padrões brasileiros”. Ele lembra que “as televisões de LCD, que chegaram a custar no Brasil dez mil reais, hoje estão sendo vendidas a três mil, um terço do preço anterior. Ainda assim, elas continuam se avolumando nas prateleiras e ninguém compra, porque o preço continua alto”. E ele vai além: “Ninguém entende o país em que a gente vive. A discussão em torno da tecnologia não chega ao interior de Belém. Lá não tem luz e ninguém come. Passe pelo norte de Minas, pela área da Sudene. É outra realidade”, teoriza Carneiro.

Para ele, os únicos brasileiros que têm receptores digitais hoje, no Brasil, são aqueles que recentemente compraram carros BMW, Mercedes ou Ferrari, cujos modelos mais baratos custam em torno de 200 mil reais. Mesmo os mais simples já vêm equipados com o rádio digital, explica o diretor da Itatiaia.

Segundo Carneiro, a rádio está investindo na digitalização porque é líder de audiência e porque acredita que, em algum momento, a transmissão digital será uma realidade no Brasil. Só não se sabe quando.

Ele tinha conhecimento, no entanto, que o prazo para a entrega à Anatel do relatório para a avaliação do sistema de Rádio Digital AM IBOC havia sido adiado e não

se limitava mais ao dia 30 de abril. Ele só não disse qual seria o novo prazo, argumentando apenas que houve um atraso em função de uma mudança nas normas de importação.

A partir daí, a conversa já não teve mais a clareza necessária para a precisão das informações e algumas delas foram sendo omitidas, ou ditas em *off*. Carneiro não quis dizer, por exemplo, quando os aparelhos receptores seriam colocados nos carros para dar início aos testes. Comentou apenas que tratava-se de uma estratégia de mercado. “Nós estamos brigando com uma outra e pretendemos chegar, e ... “. Carneiro não completou a frase.

Enquanto a Globo fez os testes colocando aparelhos receptores nos carros dos funcionários da emissora, a Itatiaia preferiu utilizar uma outra metodologia, secretamente. “Nós já fizemos um teste de recepção diferente; fizemos um teste norte-americano. E este resultado já foi entregue à Anatel. Somos a única emissora apta no Brasil a realizar um teste norte-americano, no modelo de transmissão IBOC”. Mas se recusou a explicar como foi esse teste, alegando estratégias mercadológicas.

O que o grupo de pesquisa apurou neste trabalho, com relação à metodologia dos testes, acabou sendo jogado por terra com o depoimento surpreendente do diretor técnico da rádio Itatiaia. “Não precisamos do sinal verde do governo para começar a transmitir digitalmente. Mesmo sem o resultado dos testes, essa transmissão está liberada. É outra história esse negócio da Anatel precisar dar o sinal verde. As coisas não funcionam assim, não. Isso é conversa para inglês ver.”

A vantagem do rádio digital, segundo Cláudio Carneiro, é que a emissora ganha dois canais laterais, ficando com três, no total. É como transmitir em três estações diferentes, programações também diferentes. Com relação à produção de conteúdos para a transmissão digital, Carneiro argumentou que a Itatiaia fará primeiro um estudo de mercado para só então decidir o que produzir e disponibilizar no display.

Carneiro garantiu que há vários anos a Itatiaia vem fazendo estudos estratégicos para definir a produção de conteúdos para o rádio digital. Não quis dizer há quantos anos, numa tentativa de aparentar ser este um segredo mercadológico. Garantiu que tudo é estudado, é pesquisado, mas não está disposto a revelar o “pulo do gato”.

Do ponto de vista técnico está tudo pronto. Os estudos agora, segundo Carneiro, estão em torno do conteúdo.

Na Itatiaia, o *delay* hoje é de dois segundos e cinco décimos. No ano passado, época da primeira pesquisa, a informação era de que esse tempo girava em torno de oito

segundos. Portanto, houve um salto significativo de diminuição desse tempo, em um ano. Carneiro não encara o *delay* como um problema. Ele afirma que isso é uma questão de adequação.

Cláudio Carneiro também aposta que o rádio digital no Brasil estará em pleno funcionamento em cinco anos. Mas descarta a possibilidade de o governo dar qualquer incentivo para facilitar a sua implantação. “Eu acredito que o governo queira é cobrar uma taxa dos veículos de comunicação, pois aqui ninguém tem interesse em isentar ninguém”.

### **Considerações finais**

Podemos afirmar que não houve avanços significativos, em um ano, no processo de implantação do rádio digital em Minas Gerais. Assim, concordamos com a opinião dos dirigentes das emissoras pesquisadas que o rádio digital ainda vai demorar alguns anos para se implantar definitivamente em Minas Gerais. De modo geral, as informações são desencontradas e não há uma liderança que canalize e centralize as informações.

Pelas entrevistas realizadas, percebem-se concepções discrepantes. A Amirt, por exemplo, fala em apoio governamental com a isenção de impostos na importação de equipamentos. Já na rádio Itatiaia fala-se justamente o contrário e, ironicamente, ainda há a afirmação que, se o governo pudesse, cobraria das emissoras tudo que vem sendo investido com dinheiro próprio: “Eu acredito que o governo queira é cobrar uma taxa dos veículos de comunicação, pois aqui ninguém tem interesse em isentar ninguém”, segundo Cláudio Carneiro. Ele fala que o governo não incentiva nada, não subsidia nada, porque se fizesse isso, tudo estaria bem mais avançado. “Os receptores custariam pouco, mais gente teria acesso ao rádio digital. Não adianta fazer tudo agora, se o ouvinte não terá condições de comprar o receptor por 800 reais”, opina Carneiro.

Outro ponto de contradição é com relação ao *delay*. Na rádio Globo, a informação que obtivemos foi que o atraso caiu para seis segundos. Já na rádio Itatiaia, foi dito que o *delay* agora é de dois segundos e cinco décimos. Quem está com a razão? Mas ambas as emissoras concordam quando se trata de qualificar o *delay*. Nenhuma delas admite que o atraso é um problema, mas usam o termo “limitação”.

É interessante observar que há controvérsias até sobre o valor do aparelho receptor digital: para o presidente da Amirt, custa cerca de seis mil reais e para o diretor da rádio Itatiaia, Cláudio Carneiro, o preço é bem inferior, 200 dólares no exterior e 400 dólares vendido aqui no Brasil.



Por fim, até no campo da permissão governamental há versões contraditórias. Os dirigentes da rádio Globo afirmam que a emissora está pronta para entrar com o sinal digital, assim que sair a liberação do governo federal, pois não há mais nada a fazer a não ser aguardar o sinal verde. Já a Itatiaia diz que “não existe esse negócio de permissão. A permissão já está dada. Quem quiser que comece a transmitir digitalmente”, segundo Cláudio Carneiro.

Até na fala do ministro das Comunicações não são encontradas novidades e Hélio Costa apenas repete o já conhecido chavão acerca da melhoria do som, mas sem citar qualquer mudança no conteúdo ou nos modos de produção.

Assim, é preciso continuar acompanhando esse lento, mas gradual processo de implantação do rádio digital em Minas Gerais e torcer para que um dia ele se torne realidade com todas as promessas de um novo modo de se fazer radiofonia.

### Referências bibliográficas

- CAMPELO, Wanir; FIALHO, Waldiane; PESSOA, Sônia; VIANA, Graziela. *Os primeiros passos o Rádio Digital em Minas*. Artigo apresentado ao NP 06 – Rádio e Mídia Sonora do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, 2006.
- CAMPOS, María A. Gabino e PESTANO, José Manuel. *La radio digital: análisis de la difusión web* - <http://www.saladeprensa.org/> Data de acesso: 24/01/2006.
- CANDELAS, Leopoldo Seijas. *Los sistemas informativos en la era digital*. Madrid: Editorial Universitas, 2001.
- DEL BIANCO, Nélia. *E tudo vai mudar quando o digital chegar*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-radio-digital.pdf>. Data de acesso: 09/03/2006.
- MARTÍNEZ-COSTA, Maria Del Pilar. *Un nuevo paradigma para la radio*. <http://www.saladeprensa.org/art199.htm>. Data de acesso: 24/01/2006.
- PRATA, Nair. *O rádio digital em Portugal*. Artigo apresentado ao NP 06 – Rádio e Mídia Sonora do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, 2006.