

O radio e sua vocação local em tempos de tecnologias digitais

Prof. Dr. André Barbosa Filho

Resumo

Este trabalho situa-se no campo das Ciências da Comunicação e dos estudos dos meios e pretende discutir o meio rádio, sua linguagem e características, sua trajetória e sua realidade diante das novas possibilidades abertas com as novas tecnologias digitais. O artigo trata também das questões relativas à questão da distribuição das programações, em rede terrestre ou por satélite e a relação com a cobertura local e regional.

Palavras - Chave

Radio Digital – Redes - Novas tecnologias da informação e da comunicação

Resumen

Eso trabajo situase en el campo de la Ciencias de la Comunicación y de los estudios de los medios y presenta la trayectoria de la radio, su lenguaje y características como también la nova realidad abierta con las nuevas posibilidades tecnológicas digitales. El artículo trata también de cuestiones ubicadas a la distribución de programaciones, sea en red terrestre o satelital y su relación con la cobertura local y regional .

1.Doutor em Comunicação pela ECA/USP. Professor Associado da UnB. Autor dos livros “Gêneros Radiofônicos” (2002) e “Rádio: Sintonia do Futuro” (2003) e co-autor de “Mídias Digitais, Convergência Tecnológica e Inclusão Social” (2005) Faz parte do Conselho Deliberativo do FORUM do SBTVD-T. Atualmente é Assessor Especial da Casa Civil da Presidência da República

Introdução

Este texto começa com uma série de perguntas que pretendem ser respondidas ao longo do trabalho. Por exemplo: na trajetória histórica do Rádio, pontuada por profundas alterações no seu percurso – que vão desde ser o meio de comunicação hegemônico até o momento em que teve se curvar ao poderio da televisão – quais as mudanças que as tecnologias impuseram ao veículo? E na atualidade, quais as mudanças mais significativas a partir da chegada dos novos aparatos digitais? Como reagem as empresas à possibilidade de uso dos satélites nas transmissões em rede? A produção e cobertura locais estão prejudicadas? Como evoluíram as relações entre as emissoras afiliadas a redes e as que permaneceram independentes? Existe uma política de formação profissional para o uso das novas tecnologias digitais?

Estes são os questionamentos sobre os quais este artigo pretende refletir, levando em conta a importância do rádio tanto no campo quanto na cidade nos primeiros anos do século XXI. Os dados estatísticos reiteram que, a despeito das intempéries que o veículo possa ter sofrido, o rádio continua gozando de grande importância na vida nacional e também latino-americana. Moreira (2002: 15) diz que “fica evidente que a principal característica do rádio mantém-se inalterada” até o século XXI, pois, entre os meios de comunicação, é:

1. O que consegue estar presente em todos os lugares;
2. Apresenta preços acessíveis;
3. Possui um caráter democrático,
4. É de fácil usabilidade,
5. Tem como uma de suas principais características a rapidez;
6. Exerce vínculos interativos com os seus ouvintes.

Nesse sentido, partimos do pressuposto de que a despeito das significativas mudanças e alterações que a revolução tecnológica vem provocando nas diferentes instâncias sociais, incluindo os meios de comunicação e em particular o rádio, algumas conquistas e possibilidades não se esgotam frente às novidades da rede. Ao contrário, elas se redimensionam e se

potencializam alargando o universo fecundo para trabalhar em um meio que independe de alfabetização, idade ou nível econômico para ter êxito.

Se o alcance e as características do rádio praticamente permanecem inalterados se comparados há tempos atrás, o que vem forjando alterações significativas no veículo?

Refletir sobre estas indagações requer explorações mais abrangentes a respeito do uso e apropriação do rádio na contemporaneidade. Se pensados desde o ponto de vista empresarial, itens como padronização de mensagens, economia de recursos, expansão de mercados, reengenharia de produção e recepção e estratégias de distribuição, estão em jogo quando se busca respostas para o novo cenário radiofônico. Invariavelmente, os satélites e a digitalização são apontados como o carro-chefe que direcionam as alterações do veículo. De fato, as inovações tecnológicas promovem novos transcurso do meio e reclamam análises e estudos que possam entender o sistema técnico de nossa época. As famílias de técnicas transportam uma história. E em nossa época, o que é representativo do sistema de técnicas atual é a chegada da técnica da informação, por meio da cibernética, da informática, da eletrônica.

No caso do rádio, essa família de técnicas pode ser agrupada pelo menos em três momentos importantes para a sua história e sobrevivência, dentre os vários que o veículo experimentou: o transistor, a FM – frequência modulada –, os satélites, a digitalização, o rádio na Internet e para a Internet e a conjugação com as redes sociais, nas quais as audiências podem montar suas próprias programações.

Tais momentos, inegavelmente, atribuíram e atribuem particularidades ao rádio, seja no Brasil, como na América Latina. Do ponto de vista desta reflexão, consideramos que elas impactam diretamente nas esferas da programação local e regional num jogo de negociações. Com efeito, a convergência tecnológica deveria proporcionar um novo modelo de comunicação-informação e re-atualizar os enfoques atuais direcionados para o rádio. Mas é este o cenário existente para o rádio de hoje?

Um sem-número de estudos e pesquisas vem discutindo a potencialidade do rádio no espaço cibernético acenando, de forma tácita, para essa questão.

É possível dizer que o rádio na internet é o mesmo rádio que podemos acompanhar de um carro ou o que escutamos nos ‘radinhos de pilha’ durante um jogo de futebol?

Desde o início do novo século, as novas tecnologias já instigavam a curiosidade dos que viam na Internet uma nova possibilidade para a programação sonora. Porém, em reportagem publicada no Jornal O Estado de São Paulo (OESP), de 05 de março de 2003, um balanço das emissoras criadas para a Internet mostra, peremptoriamente, que quase todas elas saíram do ar. Conforme trecho da reportagem:

Um bom computador conectado e muitas idéias na ponta dos dedos. A receita parecia simples para muitos daqueles que, movidos pela explosão do chamado mercado pontocom, montaram rádios alternativas que só iam ao ar pela internet. Não deu certo. Os “alternativos” da web vão ter de esperar mais um bom tempo para realizar o sonho de serem ouvidos e, ao mesmo tempo, ganhar dinheiro com emissoras para a chamada “grande rede”. Praticamente todas elas saíram do ar. Os motivos são vários. Para começar, a crise mundial que como uma foice digital degolou milhares de sites tem todo o planeta. Essa onda foi apelidada de “era George W. Bush de desidéias”... (O Estado de São Paulo, Caderno 2, 05/03/2003).

Ainda segundo a reportagem, o mercado pontocom “avaliou mal a questão do conteúdo, um item vital” (Id. Ibid.). Tais avaliações jogam algumas luzes em nossos questionamentos. Cumpre lembrarmos que não somos contrários às adaptações tecnológicas que o meio vem sofrendo, até porque o rádio jamais estará apartado das inovações tecnológicas. As nossas inquietações têm como hipótese a tendência assumida pelas rádios locais em renunciarem do dinamismo próprio das suas transmissões.

Novos modelos de produção, acesso, distribuição e propriedade o conhecimento tão surgindo. Antes, o mercado era dirigido pelas empresas de conteúdos, de terminais e pelas operadoras. Agora, estamos passando para um mercado dirigido pelos consumidores/cidadãos. Com a possibilidade ilimitada de criatividade de acesso à informação e ao conhecimento, a geração atual tem a primazia de poder estabelecer amplos vínculos entre desejos e necessidades, entre busca individual e ações de alcance coletivo.

Os consumidores/cidadãos, que são a chave mestra deste processo tecnológico e negocial revolucionário, estão mudando seu comportamento e os seus padrões de atitude e explicitamente de consumo. Estão cada vez mais seletivos, mesclando tecnologias e plataformas de informação a seu alcance, como, por exemplo, correio eletrônico, televisão, telefone móvel. E também mais participativos na construção de conteúdos e igualmente respondendo e demandando a oferta de sistemas mediadores como os *softwares*.

A convergência de redes e de tecnologias são fatos insofismáveis. A convergência de serviços, entretanto, vem ocorrendo de modo mais lento. As razões que podem explicar tal diagnóstico não estão, por certo, no interesse do mercado, mas, seguramente, nas incertezas dos marcos regulatórios anacrônicos e no conservadorismo das corporações quanto ao risco de novos investimentos baseados em inovações.

Na verdade, tudo é uma questão de tempo. A sinergia que já é vivenciada em larga escala em diversas regiões do mundo tem como alicerce a tecnologia que a tudo permite. Estas convergências são benéficas não apenas sob o ponto de vista da criação de novos produtos e serviços. Repercutem no desenvolvimento da indústria e do mercado, favorecem e estimulam a qualidade de vida do indivíduo humano e, por conseguinte, a inclusão social.

A convergência, essencialmente, atenderá a pessoa, personalizando as ofertas. Mas, evidentemente, para todas estas ações convergentes, há que se buscar os termos de sua sustentabilidade, diante da multiplicidade de plataformas e disparidade com que estas são oferecidas ao público em geral.

Tal situação não é inédita no rádio e, por extensão, nos meios de comunicação; parece que a cada invenção tecnológica, as práticas vigentes subsumem e/ou parecem andar de forma descompartmentalizada com as anteriores. Testemunhamos ao longo da história que a mudança de configuração e de programação do veículo muitas das vezes desconsidera matrizes anteriores importantes para o seu enriquecimento enquanto veículo sonoro.

Um exemplo que ilustra essa afirmação foi a tentativa, no Brasil, por injunções de ordem política durante a ditadura militar de 1964, de investir recursos exponenciais no rádio FM e preterir o AM. Para aquele momento, a FM era estratégica, pois priorizava a divulgação dos produtos da

Indústria Cultural, nomeadamente a música. As concessões foram reservadas, em larga escala, para o FM.

O começo do século XXI parece servir-se do mesmo procedimento. Não podemos desconsiderar que, malgrado a internacionalização da comunicação ser uma característica marcante da época vigente, tal vocação foi experimentada em momentos anteriores. E é o rádio que ilustra tal situação. Pioneiro entre os meios eletrônicos de massa, o veículo do som, desde o início, pôde desenvolver sua vocação natural no sentido da internacionalização da propagação de sinais elétricos sonoros. Sua visível contribuição para aproximação de culturas díspares, tornou-se instrumento difusor de idéias de inegável valor, sejam elas informativas, culturais, políticas ou de entretenimento.

A diversidade de suas aplicações nos insere nas múltiplas e contraditórias histórias da radiofonia, uma vez que não existe uma teoria do rádio e, caso optemos por aceitá-la, devemos usá-la no plural, pois “o rádio é um processo histórico cujo determinismo não conhecemos” (Zaremba, 2002: 4).

Atualmente, o status e o perfil do rádio no Brasil e no mundo - cujo momento se caracteriza pelos fluxos de informação, através das transmissões via satélite - nos direciona para a trilha de sua história e para análises e reflexões sobre o seu papel na sociedade brasileira. Isso nos redireciona a novas perguntas:

- Como pensar a dinâmica do rádio brasileiro, meio que a despeito das significativas e aceleradas mudanças nos diversos cenários, social, político e tecnológico do país, mantém a sua importância, sustenta a sua estrutura e continua estabelecendo vínculos mediadores importantes com o público?
- Como o veículo consegue legitimidade em um contexto de mundo “sem fronteiras”?
- Que estratégias estão sendo pensadas por profissionais e estudiosos do rádio, diante das perspectivas futuras do veículo tendo em vista a digitalização dos processos, sua presença nas plataformas informatizadas, as transmissões por fibras óticas e artefatos geoestacionários?

- Como se posiciona a emissora local e regional diante das ofertas filiação a redes provenientes de centros desenvolvidos, colocando em risco, ao transmitir a programação unívoca, a cobertura diária da vida em suas comunidades?

Para recordar a história do rádio

Antes de responder a essas questões, vale a pena voltar na história e recordar algumas questões pertinentes ao desenvolvimento do rádio no Brasil. Na era desenvolvimentista pensada pelo presidente Juscelino Kubitschek, cujo slogan do governo era realizar cinquenta anos em cinco, o rádio deixa ser o único meio eletrônico e se vê espreitado pela presença televisiva (anos 50-60). A censura militar nas décadas seguintes após o golpe militar acompanhará a programação radiofônica redefinindo-a, remodelando-a e criando novos formatos. A década de 1960, por exemplo, foi marcante na reestruturação do rádio tendo em vista a marca do Estado autoritário. Várias rádios foram fechadas nesse período.

É ainda na década de 1960, que as primeiras emissoras em FM (frequência modulada) começam a operar plenamente apoiadas pelo Governo Federal. As emissoras em frequência modulada causaram um certo impacto nas inovações do campo comunicacional da época. Elas forneciam inicialmente “música ambiente” para assinantes interessados: predominavam desde melodias suaves para hospitais e residências até música alegre e estimulante para indústrias e escritórios.

Em uma época de regime militar férreo, por que um investimento tecnológico de tal envergadura? O rádio em FM contribuiu para o projeto do governo autoritário: muita música e pouca fala, pouca informação e opinião, pois as vozes foram caladas nesse período. Era também fáceis de controlar, pois seu alcance restrito não ultrapassava os cem quilômetros de raio em volta de sua antena transmissora. Novas concessões em AM foram desestimuladas e as que existiam sofreram um processo de vulgarização em sua programação. Como exemplo de atitude repressiva voltada à cultura, o regime passa a tratar de forma diferenciada alguns meios e bens que pudessem expressar valores e disposições contrários à vontade políticos militar, considerados ‘ideais revolucionários’. Nesse sentido, a censura vai ter duas faces distintas: uma repressiva e outra disciplinadora. Segundo Ortiz, a “primeira diz não, é puramente negativa; a outra é mais complexa, afirma e incentiva um determinado tipo de orientação” (op. cit: 114). De fato, no período de 1964-80 a censura não se define exclusivamente pelo veto a todo e qualquer

produto cultural; ela age como repressão seletiva que impossibilita a emergência de um determinado pensamento ou obra artística. “O ato atinge a especificidade da obra, mas não a generalidade da sua produção” (Id. Ibid.: 121).

Este procedimento aplica-se perfeitamente ao rádio, com diferentes medidas. Algumas foram frontalmente acintosas, como o fechamento de emissoras de Norte a Sul do país; outras foram efetivadas por deslocamento de recursos e confinamento de práticas. A faixa de frequência modulada, no início dos anos 80 passa a priorizar em suas programações as sátiras, o humor, a veiculação maciça de músicas, as brincadeiras “dos e entre” os locutores-operadores. Esta função que aglutina a de locutor e a de operador de áudio, criada pelos empresários para dar ritmo á programação, sem a interferência de espaços entre as mensagens e para baratear e esvaziar os postos de trabalho, enfraquece a conversação, característica tradicional das programações do rádio, até então.

Nesse sentido, Moreira (2000:47) lembra que “em pouco tempo, ouvintes de todo o País aprenderam a conviver com o novo estilo descontraído de programação radiofônica, incentivado em parte pelas inúmeras concessões de canais de frequência modulada, política adotada pelo governo militar nos anos 70 e que mudou de maneira sistemática o equilíbrio do rádio nacional”

A década de 1980, ainda sob a marca do Estado autoritário, vê surgir outras inovações. No final de 1982, a Rádio Jornal do Brasil FM, do Rio de Janeiro, tornava-se a pioneira na utilização do *compact disc audio digital* - o CD; disco digital com leitura a laser. Começava o tempo da compactação dos espaços (não haveria, a partir daí, a necessidade de grandes espaços para as discotecas, arquivo dos discos em baquelite e vinil) e dos equipamentos. Começava a era digital.

A gradual abertura política no final dos anos 80 areja a estrutura dos meios de comunicação: radialistas são reintegrados às emissoras e posteriormente, já em 1997, as rádios livres e comunitárias são criadas como uma manifestação da democracia.

Tal mudança justifica-se não apenas sob o viés da economia, mas da complexidade social – cultural, política, ideológica, ecológica, ética, tecnológica, comportamental e simbólica que lhe dá suporte.

Para Alves de Assumpção: “o estudo da cultura encontra-se por força com a comunicação política quando os sujeitos e os processos sociais estudados movem-se no mapa noturno da sociedade em que o império da formalidade legal faz pontificarem os direitos enquanto a prática política os rouba cotidianamente” (op. cit.: 5). Na contemporaneidade, novos dilemas se instituem na relação entre práticas culturais e meios de comunicação e a questão tecnológica está imbricada neste meio.

Não obstante, as práticas locais ainda se mostram como um viés importante para a prática radiofônica. As rádios comunitárias e livres, por exemplo, são um fenômeno que pressiona a agenda política e procura dar vocalidade aos sujeitos sociais historicamente excluídos.

No Brasil, quase 3000 emissoras já foram autorizadas a explorar o serviço de radiodifusão comunitária sonora desde 1997. E agora, movimentos no legislativo já indicam forte discussão na Comissão de Comunicação, Ciência e Tecnologia da Câmara dos Deputados. A relatora do ante-projeto de lei que versa sobre a modificação da lei atual de rádios comunitárias, deputada Maria do Carmo do PT de Minas Gerais, deve apresentar substitutivo que inova e moderniza este diploma em pontos vitais para a existência destes veículos.

Pensar nas políticas de comunicação, tendo como núcleo o rádio, implica na conquista de um Estado democrático contemporâneo, o resgate do espaço público como espaço formador das políticas sociais mediante a inclusão crescente de todos os atores sociais. Em suma, só é possível conceber políticas sociais democráticas, amplamente debatidas pela sociedade no espaço público, inclusive as políticas de comunicação, se concomitantemente houver uma democratização crescente desse espaço público mediante políticas democráticas de comunicação.

A questão da descriminalização do ato de emitir sinais radiodifundidos de baixa potência sem autorização do poder concedente faz parte deste conjunto de idéias, na medida em que não exclue de sanções administrativas o autor da infração. Apenas nos casos de interferência prejudicial, com perigo iminente é que caberá a instauração de ação penal.

Por este projeto, serão permitidas redes e sustentabilidade se dará com o apoio da veiculação de campanhas institucionais, além dos apoios culturais.

Um debate que extrapola fronteiras

Transnacionalizando o debate entre América Latina, Estados Unidos e Europa estas questões se acomodam de acordo com as especificidades dos destinos políticos. O nosso percurso até agora foi atravessar a história do rádio com referências locais, regionais e mundial.

Os eixos geográficos - América Latina, Estados Unidos e Europa - conformam espaços importantes para se pensar os rumos do rádio e da comunicação por extensão.

A América Latina foi uma arena importante na qual os confrontos e os embates ganharam força desmedida. Foi nos países latino-americanos que o rádio e a televisão tiveram forte penetração contornando especificamente a trajetória comunicacional neste lugar. Segundo Martín-Barbero (2001: 14), “a oralidade, que perdura até hoje como experiência cultural primária das majorias, convive com a visualidade tecnológica, tecidas e organizadas pelas gramáticas tecnoperceptivas do rádio, cinema, vídeo, música, computador”.

A imposição do mercado internacional reconfigura o fazer político de países pobre e ricos e converte os aparatos informacionais em poderosos agentes de uma cultura-mundo, da qual fala Renato Ortiz (1996). As identidades até certo tempo rígidas e fixas (de homem X mulher, estrangeiro, imigrante) e, encontram-se em constantes deslocamentos e sempre com um status de novidade.

Estas sensibilidades, para Martín-Barbero, se “conectam com os movimentos da globalização tecnológica, que estão diminuindo a importância do territorial dos referenciais tradicionais da identidade.”(2001: 43).

O rádio, meio de grande aceitação na América Latina e que foi o porta-voz das culturas nacionais, do projeto de identidade local passa por reordenamentos agora não mais ditados por um Estado, mas por intercâmbios e trocas motivados pela internacionalização da comunicação e do capital. Neste sentido, a relação da América Latina com países como EUA e os europeus não se dá, do ponto de vista informacional apenas numa relação unilateral com as agências noticiosas alimentando os nossos veículos. Ela se dá no lastro de uma comunicação mundial, onde os problemas de poder e dominação persistem travestidos de outra forma.

De acordo com Fernandez (1987: 7), da mesma forma que o sistema norte-americano, “o sistema de meios de comunicação europeu evoluiu desde o final da II Guerra Mundial. Noutras palavras, o poder de informar foi concentrando-se em poucas mãos, e as pequenas empresas desapareceram ou foram adquiridas por empresas maiores. A capacidade de ser emissores no processo de comunicação deixou de ser pluralista para concentrar-se nas novas empresas multimídias”

O rádio nos EUA é um dos importantes catalizadores deste movimento. Pondo fim ao monopólio da mídia impressa, o rádio se expandiu rapidamente e se tornou a grande fonte de informação dos norte-americanos durante toda a Grande Depressão e a Segunda Guerra Mundial. Apesar da forte penetração de outros veículos, como a televisão e as novas mídias (Internet) o rádio não pára de se expandir e se reinventar no espaço norte-americano.

Entre as inovações destaca-se o “talk radio” – uma espécie de bate papo onde especialistas de várias áreas respondem a perguntas de ouvintes e dão conselhos sobre diversos assuntos e temas. Em 2007, noventa e nove por cento dos domicílios norte-americanos possuíam pelo menos um rádio, enquanto que a média é de cinco por domicílio. Todos os dias, o rádio alcança oitenta por cento da população dos Estados Unidos. A maioria das estações – aproximadamente, 13 mil - são afiliadas de uma das quatro redes nacionais: a American Broadcasting Company (ABC), Columbia Broadcasting System (CBS), National Broadcasting Company (NBC) e a Mutual Broadcasting System. Estará o Brasil, na atualidade, com o crescimento das redes radiofônicas reproduzindo, mais uma vez, o caminho trilhado pelo rádio norte-americano, sem atender as necessidades e especificidades de seu próprio mercado?

Novos espaços para o rádio

Digital Audio Broadcasting (DAB), é o maior avanço na tecnologia de rádios FM estéreo, proporcionando aos ouvintes a mais alta qualidade de som, livre de interferências, totalmente digital, com isso podendo oferecer programas de rádio dos mais diversos gostos e também oferecer outros tipos de serviços multimídias e serviços adicionais.

Por fim, este sistema é mais econômico que o FM, pois além de permitir que várias rádios utilizem o mesmo emissor, a potência de emissão é substancialmente menor para cobrir uma mesma área o que leva a grande economia de eletricidade.

EUREKA 147 Este é o padrão de rádio Digital a nível mundial, criado originalmente na Europa. O EUREKA DAB é sistema confiável de broadcasting multiserviços para recepção móvel, fixa e portátil por receptores com uma simples antena não direcional. Podendo ser operada em qualquer frequência entre os 30MHz e 3GHz para recepção móvel (ou mais para recepção fixa) e pode ser usado em redes terrestres, satélite, híbridas (satélites com complemento terrestre) e cabo.

Na Europa, também existe o consorcio DRM – Digital Radio Mondiale, idealizado pelas emissoras publicas para atuação nas faixas de AM e OC.

In Band On Channel é o padrão adotado nos Estados Unidos. O IBOC tem como principal vantagem a manutenção no mesmo espectro de frequências do FM, utilizando as zonas superiores e inferiores das frequências utilizadas atualmente para transmitir o som digital. Deste modo é possível que as rádios continuem a emitir no modo analógico e comecem a emitir de forma digital, de forma a ser ouvido com novos receptores.

No entanto este sistema tem desvantagens em relação ao padrão Eureka 147. Começando com a largura de banda, que não passa dos 96Kbps, o que implica uma qualidade de som inferior, cada frequência corresponde apenas a um canal. Não é um sistema compatível com a mobilidade, pois contem os problemas com as harmônicas do sinal FM, tal como os custos da difusão FM.

No Japão é o ISDB-T (*Terrestrial Integrated Services Digital Broadcasting*) que utiliza para as transmissões, a banda de frequência do canal 6 do VHF.

A tecnologia digital vai melhorar a qualidade do som, dando ao AM a qualidade do FM atual e ao FM uma qualidade próxima à do CD. O *In-Band-On-channel* permite a multiprogramação. Ou seja, a transmissão de mais de um programa ao mesmo tempo num único canal de rádio. Emissoras americanas chegam a transmitir três programas digitais e um analógico no mesmo canal. As emissoras podem enviar aos aparelhos mensagens de texto, mostradas no visor do rádio, com informações como nome e intérprete das músicas, previsão do tempo, condições do trânsito e comerciais. Também é possível transmitir pequenos arquivos de imagem.

O Rádio digital possibilita que a mesma frequência seja usada por uma vasta área. Isto significa que não é necessário re-sintonizar a rádio quando se viaja de carro ou se leva um aparelho

portátil de um local para outro. Há centenas de frequências usadas pelas rádios locais e as rádios nacionais, que utilizam até 20 frequências diferentes para serem escutadas em toda a área coberta.

Os problemas são o preço e a disponibilidade dos receptores. Nos Estados Unidos, onde o rádio digital é chamado de HD (sigla em inglês de digital híbrido), os modelos mais baratos custam US\$ 120. Não existem radinhos de pilha no padrão Ibiqity, pois o sistema consome muita energia. Para o mercado brasileiro, onde predomina o ouvinte de baixa renda, essa situação será um obstáculo.

Várias idéias surgiram para utilização da componente de dados do DAB. Uma idéia é uma versão radiofônica de texto com melhores gráficos, outra idéia é permitir transferência de arquivos de áudio e *video on demand* (VoD) que seriam gravados em memória para ver mais tarde.

Possíveis arquivos seriam informações de trânsito, resultados esportivos ou meteorologia. Esses serviços poderiam ser gratuitos ao usuário, contendo publicidade ou utilizar uma criptografia para *pay-per-view*. Outra utilização diferente poderia ser empresarial, para transferência de grandes blocos de dados por vários pontos do país à velocidade da luz.

Entretanto, todas estas possibilidades se não forem empregadas juntamente com a oferta de receptores de baixo custo serão, na verdade, o que já configura nos Estados Unidos e Europa, com muitas emissoras instaladas e pouco interesse por parte do público. Parece que o modelo pago oferecido pelas empresas que operam transmissões de áudio por satélite tem tido mais repercussão entre o público estadunidense. Na Inglaterra, a crise do DAB é visível com inúmeras emissoras perdendo os recursos de publicidade em razão da baixa atenção que suas programações despertam.

Vivemos uma situação de risco. Por um lado o Rádio Analógico vai vivenciando um tempo onde sua banda de Ondas Médias são retaliadas pelo proselitismo religioso. Por outro, as FMs estruturam-se em redes comerciais, cuja programação standardizada, não cumpre as propostas e premissas de atendimento as necessidades locais, tão próprias do veículo. Resta o público jovem atraídos pelo humor sarcástico e irreverente, as programações exclusivas para notícias e o esporte.

Que adianta pensar num novo rádio apenas com a tecnologia maravilhosa disponível? Os países que já adotaram o novo rádio digital aberto e gratuito vem sofrendo decepções com os novos modelos

A crise do rádio atual, por certo, passa pela imensa oferta de informações vinda de todas plataformas que disputam com ele a atenção do público, mas em contrapartida os exemplos de criatividade em sua programação são escassos e bissextos. Não estaria na presença de vida inteligente e na participação das comunidades a sobrevivência deste veículo tão popular?

Bibliografia