

O rádio completa 100 anos no Brasil na era do “videocast”

Por Fernando Moura

Em 7 de setembro de 1922 foi feita a primeira emissão para celebrar os 100 anos da Independência do Brasil. De lá para cá, a tecnologia avançou e modificou os meios de transmissão, sem mudar, porém, a aura de magia e mistério das emissões radiofônicas

Ana Regina Rêgo afirma na apresentação do livro “Rádio no Brasil 100 Anos de História em (Re) Construção¹”, da Editora Unijui, que o rádio nasce na terceira década do século XX “como um elo entre pessoas, criando novas experiências, novos costumes e despertando novas afetividades. A audição, como sentido desperto e ativado em contexto de copresença se intensifica para além de uma voz, já permitida pela telefonia incipiente de então. O rádio permite que múltiplas vozes sejam propagadas e ouvidas e possibilita que a música extrapole a sala de concerto e os saraus das casas grandes. Junto com a música entram no estúdio o folhetim, a novela e o teatro, que se fazem acompanhar por trilha sonora”.

A primeira transmissão de rádio no Brasil foi realizada no dia 7 de setembro de 1922, no Rio de Janeiro, no marco da celebração dos 100 anos da Independência do Brasil. Naquele dia foi transmitido, por meio de uma antena instalada no morro do Corcovado, o discurso do então presidente da República, Epitácio Pessoa, que alcançou receptores em Niterói, Petrópolis no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Era a gênese da primeira rádio brasileira que foi fundada no dia 20 de abril de 1923 pelos sócios da Academia Brasileira de Ciência, que decidiram fundar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Junto com a



Foto: Nacho Carretero Molero / Unsplash

Rádio, foi criada uma publicação que era entregue em algumas livrarias, de quinze e em quinze dias, nas principais cidades do país.



Grupo de trabalho da Radio Sociedade reunido no Rio de Janeiro / Foto: Reprodução

“Em 7 de setembro do mesmo ano, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, com prefixo PRA-2, passou a fazer transmissões regulares, de algumas horas por dia, usando a antena do laboratório de física da Escola Politécnica”, explica Vera Roquette-Pinto em artigo publicado na Revista USP². A emissão foi possível porque a rádio obteve um transmissor doado pela Casa Pekan, de Buenos Aires, Argentina. Vale lembrar que o rádio comercial começou em 1922 em Buenos Aires, com a transmissão pioneira

¹ Rádio no Brasil 100 Anos de História em (Re) Construção, acessado em 10/6/2022 <https://www.editoraunijui.com.br/produto/2257>

² VR ROQUETTE-PINTO (2002) acessado em 21/6/2022 <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/download/33800/36538/39611>

1922 em Buenos Aires, com a transmissão pioneira dos denominados “**Locos de la Azotea**”, que transmitiram, em 27 de agosto de 1920, a Opera “Parsifal” de Wagner desde o telhado do Teatro Coliseo, na capital argentina.

Na sessão inaugural da Rádio Sociedade, em 1923, Edgar Roquette-Pinto afirmou que “[SIC] todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão livremente o conforto moral da sciencia e da arte; a paz será realidade definitiva entre as nações. Tudo isso ha de ser o milagre das ondas mysteriosas que transportam no espaço, silenciosamente, as harmonias”. Este texto era parte do expediente de “[SIC] Radio. Revista de divulgação scienfítica geral especialmente consagrada a radiocultura”, órgão oficial da “Radio Sociedade do Rio de Janeiro” e do “Radio Club de Pernambuco”. A Revista tinha a Roquette-Pinto como diretor e era uma publicação bimensal que nasceu em 15 de outubro de 1923 circulou por vários anos.

Roquette-Pinto afirmou em 1944, no o Dia do Radioamador: “o meu papel no rádio não foi o de sacerdote que está dizendo missa, nem do cantor que está no coro ou o organista... Nem mesmo o do sacristão... Foi o papel de sineiro, o homem que faz o bronze vibrar, chamando os crentes. Eu apenas vi que, para minha terra, para o meu povo, o rádio era uma nova força, uma alavanca nova de progresso. E então, agarrei a corda do sino e bati, e bati... Não fui senão um simples sineiro”⁴.

Hoje a Rádio Sociedade continua em funcionamento, mas com outro nome, já que em 7 de setembro de 1936 passou a ser dirigida pelo Ministério de Educação (Rádio Ministério) e, depois, se converteu na Rádio MEC, que pertence à EBC (Empresa Brasil de Comunicação).

Voltando no tempo, José de Almeida Castro, fundador e ex-presidente da ABERT, afirma em “Historia do Rádio no Brasil⁵” que os governos demoraram em regulamentar o novo serviço, e que apenas em 1931, no primeiro governo de Getúlio Vargas, “houve nova manifestação do Poder Público para regular a atividade da radiodifusão (...) Em 27 de maio de 1931, foi publicado o decreto 20.047, que revogava o Regulamento de 1923 e adotava integralmente o modelo de radiodifusão norte-americano. Pontos principais eram a concessão de canais a particulares e a legalização da propaganda comercial. O decreto saiu no “Diário Oficial”, onde também, em outra data próxima, o Departamento de Correios e Telégrafos foi autorizado a cobrar uma taxa a todo possuidor de um receptor. Entretanto, o órgão jamais conseguiu aplicar a autorização. O Regulamento de maio de 1931 – que se diga era detalhado - andou de gavetas em gavetas ministeriais e somente em 1º março de 1932 foi finalmente aprovado, pelo decreto 21.111, o primeiro diploma legal que definiu importante alteração”.



Roquette-Pinto foi diretor da Revista Rádio, primeira a falar especificamente de radiodifusão no Brasil / Fotos: Reprodução



Em agosto de 2021 foi inaugurado no Rio de Janeiro o Museu da Rádio Nacional, na sede da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) / Foto: Tomaz Silva/Agência Brasil

³ Quiénes fueron “los locos de la azotea”? Acessado em 20/06/2022 https://www.cultura.gob.ar/quienes-fueron-los-locos-de-la-azotea_6357/

⁴ Idem 1

⁵ Acessado em 20/06/2022 <https://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/23526-historia-do-radio-no-brasil>

Migração AM-FM



Foto: Andrea De Santis / Unsplash

Assinado no Palácio do Planalto, no dia 7 de novembro de 2013 (Dia do Radialista), pela então presidenta Dilma Rousseff e Luiz Cláudio da Silva Costa, que ocupava o cargo de presidente da Associação Brasileira de Rádio e Televisão (Abratel), o decreto 8.139/2013 permitiu a migração das emissoras de rádio AM para a faixa FM, e atendeu um “gargalo do setor que estava preocupado com o aumento dos níveis de interferência há bastante tempo”, noticiou a reportagem da Revista da SET, na sua **edição Nº 138**.

Desde a assinatura, quando a mandatária disse que as rádios AM são um patrimônio do País e que o Estado deve dar as condições para que elas continuem prestando serviços, passou quase uma década, e o processo ainda está em andamento.

Para Eduardo Cappia, coordenador do **Grupo de Trabalho de Rádio da SET**, “a migração de AM para FM reveste-se de sucesso absoluto considerando os números envolvidos, (94% de adesão). O processamento necessário junto ao Ministério das Comunicações e Anatel - Agência Nacional de Telecomunicações, desde 2013, permitiu a operação de mais de 880 novas emissoras em FM, e há mais 790 a caminho em até dois anos. As emissoras que migraram já recuperaram parte de suas perdas publicitárias quando operavam em AM”.

Cappia disse à reportagem que no momento da assinatura do Decreto 8.139, o Brasil tinha em sua canalização 1.781 canais de onda média, emissoras estas autorizadas e em funcionamento regular. “A partir do Decreto, que estabeleceu a possibilidade de migração das emissoras, os radiodifusores de onda média em sua maioria absoluta, 1.670 (93,7%), optaram pela migração para o serviço de Frequência Modulada (FM). Assim, o desafio estava lançado, como incluir 1.670 novos canais de FM no

espectro radiofônico e que todos estes tivessem características técnicas do serviço AM, agora em FM”.

Essa regra de equivalência considerou as potências e frequências das emissoras AM de origem para as respectivas classes de estações FMs, proporcionando implantações FMs na razão direta proporcional às emissoras AM, de tal sorte que as emissoras AM de cobertura maior receberam canais FM, em classe maior.

“A partir de um trabalho intenso da Anatel, juntamente com o MCom, e Associações do setor – ABERT e ABRATEL pelos radiodifusores, e grupo técnico do setor representados por especialistas da SET – pôde-se alocar a grande maioria (1.474) das novas estações FM na faixa de 88 a 108 MHz. As demais (196), por questões de limitações de condições do espectro e saturação, foram acomodadas na faixa estendida FM (eFM), de 76 a 88 MHz., (herdada do desligamento dos canais analógicos de TV - 5 e 6 VHF), sendo que estão em operação neste espaço espectral 18 (dezoito) estações em todo o Brasil, desde 7 de maio de 2021, quando se inauguraram as primeiras emissoras pioneiras da denominada nova fase FM, como “FM 2.0” que agora se consolida de 76 a 108 MHz”, explicou o coordenador do GT de Rádio da SET.



Eduardo Cappia, coordenador do GT de Rádio da SET / Foto: Fernando Moura

Cappia disse que superada a questão espectral, “os processos passaram pelo Contrato Oneroso de Adaptação da nova outorga junto à União Federal, de AM para FM. Assim, mais de 860 FMs já estão no ar de maneira definitiva, após a tramitação de projetos técnicos, autorizações e licenciamento. Deve-se lembrar que todo o processo passa por autorizações, em arcabouço regulatório que foi várias vezes

adaptado e alterado para acolher todos os pleitos da radiodifusão, incluindo, mais recentemente, a possibilidade de parcelamento do valor pela outorga, que muitas vezes foi fator limitante nas alterações”.

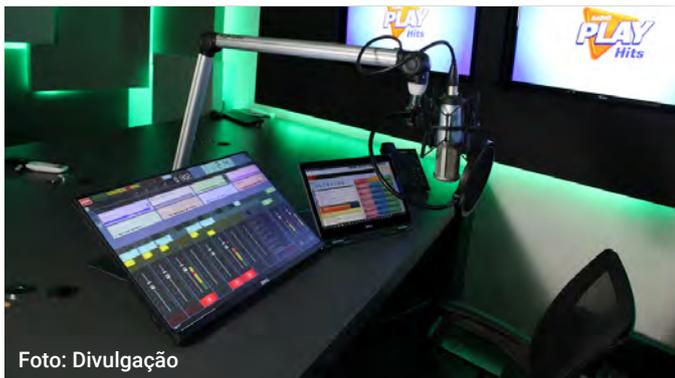


Foto: Divulgação

Do outro lado da prateleira, o da indústria de insumos, a situação é boa, segundo avalia o coordenador do GT de Rádio. “O setor da indústria de radiodifusão e de serviços especializados estão fortemente aquecidos, a indústria de transmissores tem recebido muitas encomendas para que o prazo de instalação destas novas estações seja atendido. As emissoras uma vez contratadas com a União, têm até 18 (dezoito) meses para estarem licenciadas. Toda a cadeia produtiva de bens e serviços foi impactada positivamente com mais de R\$ 1,4 bilhão em valores diretos”.

Esta década de migração também trouxe mudanças nos hábitos de consumo, aumento do consumo de áudio por streaming e novas oportunidades para o rádio. Cappia disse, animado, que o ouvinte/espectador de rádio vem se adaptando

às mudanças de sintonia de AM para FM, descobrindo suas programações preferidas até na faixa estendida, com os novos receptores domésticos e portáteis, os smartphones com chip FM ativado, e nos receptores embarcados nos veículos automotores

“A produção de receptores FM 2.0 no país é disciplinada desde janeiro de 2019, com absoluta predominância de produtos à disposição, e sua penetração vem crescendo dia após dia. Campanhas publicitárias são encetadas pelas emissoras, sensibilizando os ainda ouvintes do AM para irem encontrando sua programação preferida no FM, já que há um período de simultaneidade de operação AM e FM, por até 05 (cinco) anos quando ocupam a faixa de 76 a 88 MHz”, disse Cappia.

Para o professor Nivaldo Ferraz, a migração do AM para o FM era um passo inevitável, já que o custo de manutenção do AM é muito elevado e a tecnologia não terá condições de aporte de manutenção alcançáveis no mercado em breve, “de forma que sustentar uma emissora com esses limites fica muito difícil. Do ponto de vista de recepção em lugares de difícil acesso de tecnologia digital, ainda creio que o rádio AM vai bem em regiões como Amazônia, Pantanal, e outras regiões rurais, para povos ribeirinhos, indígenas, dos interiores do país. Mas creio que, com o tempo, a tecnologia digital poderá cobrir todas as regiões e mesmo as pessoas comuns terão acesso. Isso ainda não é realidade. Por exemplo, a região Amazônica cobre 40% do território nacional, e, fora de regiões urbanas apenas o rádio AM pode alcançar, ainda, estes ouvintes”.

Podcast

O formato de áudio denominado “podcast” se espalhou quando a Apple começou a usar esse formato para arquivos de áudio utilizados nos seus recém lançados dispositivos iPod, reproduzido de arquivos MP3 que revolucionou o mercado no início da primeira década deste século. A *big tech* o utilizou pensando na junção de Pod (*Personal On Demand*) retirada do iPod, com broadcast. Mas se afirma que o termo surgiu em fevereiro de 2004, quando o jornal britânico *The Guardian* o citou, mas nessa reportagem não fazia referência ao formato de transmissão com RSS, o que viria a acontecer em setembro do mesmo ano, quando Dannie Gregoire usou o termo para descrever o processo utilizado por Adam Curry (MTV).

Os professores Nivaldo Ferraz e Daniel Gambaro, afirmam que “nestes 100 anos do rádio, os caminhos da mídia sonora se dividem entre o consumo ao vivo,

a companhia e a prestação de serviços que marcam o rádio desde sua popularização; e o acesso em tempo diferido, à conveniência do ouvinte. As práticas de



O espaço de podcast e videocast tem aumento ano a ano na NABShow / Foto: Fernando Moura

podcast, nesse sentido, podem vir a representar uma inusitada Experiência Midiatizada de Escuta (EME), campo historicamente dominado pelo rádio”.

Segundo a PodPesquisa Produtor 2020-2021⁶, realizada pela Associação Brasileira de Podcasters (abPod), existem hoje no Brasil até 34,6 milhões de ouvintes de podcasts, e segundo o Núcleo de Pesquisa da entidade, que fez análise de audiência na Pandemia de Covid-19 com base em diversos estudos lançados nesse período. A pesquisa diz que “no início da pandemia, a queda na audiência

de podcasts foi sentida por muitos produtores e verificada nos números, e o retorno no Brasil foi puxado, principalmente, por podcasts transmitidos também pelo Youtube, batendo a máxima dos dispositivos de busca, como o Google Trends, em novembro de 2020. O crescimento reportado nas plataformas varia entre 16% e 100% e precisaria ser validado por uma pesquisa específica. No entanto, aplicados o número de ouvintes em 2019 de 17,3 milhões, estamos falando de um total de ouvintes entre 20 milhões e 34,6 milhões no Brasil atualmente”.

Videocast, a nova rádio

Cem anos depois do discurso de Epiácio Pessoa, o rádio continua a ser relevante e ganha outras vozes, outras facetas, outras formas e contextos. Em um mundo convergente, o rádio deixou de ser apenas voz e se reconverteu para transformar-se, em alguns casos, no que hoje conhecemos como **videocast**, um formato que tem crescido nos últimos anos e tem dado às emissoras de rádio um novo fôlego no seu dia a dia.

O videocast é a junção do áudio e vídeo, do audiovisual, mas pensado para Podcast ou rádio ao vivo. Como é um gênero em desenvolvimento ainda não está claro para alguns o que é, quais os requisitos e quais as formas, mas emissoras importantes adotaram o vídeo nas suas emissões diárias e ganharam outras formas de difusão, afinal, agora não só é possível ouvir a emissão da programação do rádio por espectro, mas também por streaming, e não apenas como webrádio, mas também em redes sociais como Facebook, Twitter, Youtube.

Para Elmo Francfort, diretor do Museu da TV, Rádio & Cinema e Coordenador do Memória ABERT e curador das festividades dos 100 Anos do Rádio e 60 anos da ABERT, o videocast, o nosso podcast de vídeo, é uma tendência. “Se pensamos o conteúdo com ferramentas de *podcasting* com auxílio de vídeo. Enriquece. Claro que causa polêmicas, inclusive se podcast é um continuação do rádio ou não e se videocast não é anular o meio rádio dando ares de TV e vídeo. Isso é a convergência. Uma mistura boa onde temos que utilizar a tecnologia a nosso favor. Seja gratuito ou não, seja linear ou *on demand*. O resultado final deve ser o bom conteúdo com a tecnologia cada vez mais acessível a todos, tanto para se produzir, como para consumir tais vídeos. O grande diferencial do rádio sempre foi a proximidade e essa é uma das heranças que nessa boa mistura devemos preservar na essência, tanto técnica, como

artística”.

O SET Sudeste 2022 abordou o tema, com o painel “O Rádio na era do videocast”, que foi moderado por Marco Túlio Nascimento e recebeu Beatriz Moura (Sistema Globo de Rádio), Jean Pierre Vandresen (Grupo Bandeirantes de Rádio e Televisão) e Marco Moretto (Rádio Hot 107 FM). Nele, Beatriz Moura disse que a transmissão de Vídeo no rádio é um caminho a seguir. “Hoje temos vídeo na Rádio Globo, CBN e BH FM em Minas Gerais. Na CBN, temos 12 milhões de play/mês em média, que se formos somar aos seguidores nas redes sociais, passamos



Beatriz Moura (Sistema Globo de Rádio), Jean Pierre Vandresen (Grupo Bandeirantes de Rádio e Televisão) apresentaram os equipamentos utilizados nas emissoras para produzir videocast / Fotos: reprodução



⁶ PodPesquisa Produtor 2020-2021 acessado em 23/06/2022: https://abpod.org/wp-content/uploads/2021/10/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpo-d-Resultado-ATUALIZADO.pdf

a ter um público muito relevante em termos comerciais”.

Jean Pierre Vandresen disse que na Rádio Bandeirantes se utilizam switchers digitais com VMix e *backup*. “Nossa produção de vídeo sempre é baseada em software, com câmeras PTZs robóticas e trabalham em SDI. Assim usamos o WMix para gravação e distribuição. Toda a parte de contribuição é por NDI para compartilhar vídeos switcher”. Ele disse ainda que os estúdios foram reformulados para que as transmissões contemplem o vídeo como parte da narrativa.

Mas talvez o exemplo maior de evolução do rádio no país seja a Jovem Pan, que em 2015 percebeu que já não era apenas uma rádio. “Éramos mais do que isso. Então começamos nos estúdios de rádio com câmeras, mas aos poucos fomos investindo, melhorando. Na época era tudo *audio-force*, e desde aí entendemos que precisávamos ser relevantes em

vários âmbitos”, explicou Roberto Alves de Araújo, CEO do Grupo Jovem Pan, em outro painel do SET Sudeste.

“Mais tarde vimos que era necessário ter uma rádio mais opinativa, com opiniões de cauda longa, e tivemos mais engajamento da audiência”, continuou Araújo. “Os vídeos têm mais de 180% de engajamento e compartilhamento. Hoje temos 48 canais no Youtube, alcançamos mais de 34 milhões únicos por mês, 30% da audiência da plataforma no país”. O processo avançou e com esse *know-how*, o Grupo Jovem Pan lançou, em outubro de 2021, a Jovem Pan News (JP News), primeira emissora de televisão do Grupo com cobertura 24 horas por dia sobre o Brasil e o mundo. Para lançar o primeiro canal de TV do Grupo foram montados dois estúdios para a TV, aumentando a capacidade para seis estúdios que faziam parte do projeto do PanFlix (plataforma de *streaming* da JP).

Futuro

Cappia afirma que o futuro do rádio, como o conhecemos, como produto áudio, se perpetua. “Em sua missão de conexão, informação ao vivo e entretenimento. A razão disto é característica pura e simples direta ao ser humano que é a sensibilização do sentido audição, que não escraviza, facilita o crescimento da ativação de mentalização, construindo imagens e permitindo fazer outras tarefas, inclusive dirigir”.

Para o coordenador do GT de Rádio da SET é inegável reconhecer que, desde 1922, quando o áudio foi experimentado no Morro do Corcovado, houve mudanças. “Isso pode remeter ao envelhecimento e extinção quando se compara à vida do ser humano, mas diferentemente sofreu metamorfoses constantes diante das ameaças, quando a entrada de outro tipo ou modalidade de veículo de comunicação. O rádio traz a essência da comunicação e permanecerá, como o teatro, em seu contato direto com o público, que perpetua-se

desde os primórdios embora ameaçado pelo cinema e televisão. Existe, sim, um mistério, uma emoção a mais, na perenização de ambos os acessos ao público”.

Francfort vai além e afirma que não sendo futurologista, o futuro do rádio como o da TV passa pelo conteúdo. “Chegamos num patamar onde a tecnologia avançou tanto que o diferencial não é mais ela, mas sim a qualidade do conteúdo. Infelizmente por décadas deu-se a inversão. Muitos apostaram na tecnologia e o conteúdo ficou em segundo plano, dando margem até ao sensacionalismo e a outros fatores, na busca de uma audiência que fosse apelativa. Agora, com a tecnologia cada vez mais avançada e o barateamento dos equipamentos - diante de outras épocas - o diferencial volta a ser o conteúdo. Isso lembrando que a possibilidade de escolher a forma de consumo - na hora, quantas vezes e onde quiser - via *streaming* e *podcasting* vai valorizar a experiência do usuário. E a tecnologia? Deve estar aliada, oferecendo maiores possibilidades de interatividade, melhor som e melhor imagem. Ainda assim, o rádio como conhecemos não irá morrer. Irá se aperfeiçoar, mas tendo seu público que quer assisti-lo de forma linear. É como uma viagem: você tem várias estradas, com personalidades distintas ou com qualidades similares, que no final devem chegar no mesmo destino. Assim deve ser o caminho entre produtor de conteúdo, emissor e público. A convergência com outros meios deve acontecer também. Faz parte do jogo”.

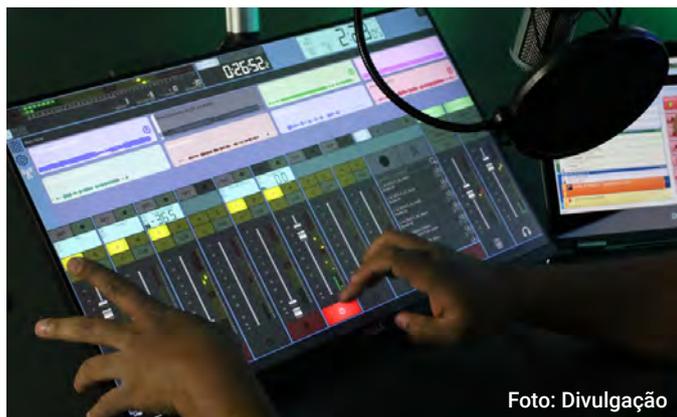


Foto: Divulgação

Rádio e as suas histórias

O Coordenador do Memória ABERT e curador das festividades dos 100 Anos do Rádio e 60 anos da ABERT, Elmo Francfort, disse à reportagem que tem muitas histórias sobre o rádio no Museu da TV, Rádio & Cinema onde é diretor, mas a que mais o emociona, é da rua.

“Me emociono sempre que lembro dessa história, que me motiva sempre a batalhar pela radiodifusão. Um dia estava subindo a Alameda Campinas, em São Paulo, para atravessar a Avenida Paulista de carro. Uma pessoa em situação de rua me abordou no sinal. Estava chovendo muito. O ajudei e depois disse a ele para sair da chuva, senão ia pegar uma gripe forte.

Ele me disse: “Não me importo não. Só tenho é que proteger o meu amigo”. Olhei para os lados e não vi ninguém. Aí ele levantou a blusa, naquela chuva, e tinha um pequeno radinho. Disse-me que aquele era seu amigo e que além de comprar comida, comprava pilhas para o pequeno ratinho. Ao



final completou: *“É por ele que eu conheço o mundo”*.

Quando sigo com meus projetos, seja no Museu da TV, Rádio & Cinema, como no Memória ABERT, lembro que preservar e enaltecer a trajetória do nosso rádio é mostrar esse “mundo”. Muitos mundos que existem dentro do Brasil, como vamos demonstrar na **exposição “Rádio em Movimento”**, que conta com o apoio de todas as estaduais que fazem parte da ABERT, e será um presente para nossa cultura”, finaliza.

A iniciativa da ABERT liderada por Francfort tem como finalidade inspirar artistas regionais na preservação da história da arte e cultura do Brasil. As peças selecionadas estarão expostas em Brasília, durante o 29º Congresso Brasileiro de Radiodifusão, que acontecerá nos dias 16 e 17 de novembro. As associações estaduais de radiodifusão participam da ação, selecionando os artistas locais que pintarão as réplicas dos aparelhos de rádio, representando seus estados.