



Migração das emissoras em amplitude modulada: as vozes do novo dial brasileiro¹

Juliana Gobbi BETTI²
CNPq/GLOBAL ITV, Bauru, SP

RESUMO

Mesmo com o constante avanço das tecnologias da comunicação, o rádio continua a ostentar um papel estratégico na construção da cidadania. Por esta razão, o presente estudo objetiva analisar o panorama das emissoras em amplitude modulada que, em vias de migração para frequência modulada, podem modificar o perfil do rádio brasileiro. Entre os acertos e desacertos da linguagem e da programação as características destas emissoras costumam fomentar um forte vínculo com as comunidades, tornando-as importantes espaços para a comunicação popular. Para fundamentar a análise deste cenário realizamos um estudo bibliográfico e documental. Observamos a necessidade de ampliar o debate sobre os desafios do meio, especialmente na próxima década.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio no Brasil; Amplitude Modulada; Programação Radiofônica; Cidadania;

Introdução

O rádio brasileiro está passando por um período de transição com a indefinição do padrão digital a ser adotado e a migração das emissoras OM para a faixa FM. No entanto, o atual cenário não fornece indícios de que estas transformações irão resultar na diversificação das vozes ou na ampliação da participação popular na nova configuração do dial, ao menos no que se refere às emissoras comerciais.

O Brasil possui 9.771 emissoras, destas, 3.209 transmitem em Frequência Modulada - FM, 1.781 em Ondas Médias - OM, 74 em Ondas Tropicais - OT, 66 em Ondas Curtas - OC, ainda, somam-se ao total as 4.641 emissoras Comunitárias (Ministério das Comunicações, 2014a). Contudo, a especificidade do panorama nacional vai além da magnitude numérica, a radiodifusão sonora está profundamente ligada ao desenvolvimento social, político e cultural de cada região.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho da V Conferência Sul-Americana e X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã. Este artigo tem como referência o documento "La radio en amplitud modulada en Brasil" (da mesma autora), parte de um projeto inédito e em desenvolvimento, coordenado por Tito Ballesteros López.

² Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina, graduada em Jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo. Atualmente é bolsista de Desenvolvimento Tecnológico Industrial - nível A do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) no GLOBAL ITV, projeto de Cooperação Internacional Brasil-União Europeia, Chamada MCTI/CNPq Nº 13/2012, email: jugobbibetti@gmail.com

Quadro 1 - Emissoras de rádio e projeção de domicílios com receptores - 2014

UF	Emissoras				RADCOM	Total de Emissoras	Domicílios com rádio (mil)	Posse %
	FM	OM	OC	OT				
Brasil	3.209	1.781	66	74	4.641	9771	55.000	87,6
Centro-Oeste	349	188	8	12	437	994	3.962	82,5
DF	26	9	5	0	34	74	777	89,0
GO	141	60	3	4	221	429	1.650	78,6
MS	84	55	0	4	87	230	695	83,4
MT	98	64	0	4	95	261	840	84,3
Nordeste	722	434	1	6	1408	2.571	12.811	78,5
AL	44	18	0	0	70	132	723	78,0
BA	172	98	0	1	336	607	3.577	78,3
CE	147	104	0	0	229	480	2.080	81,5
MA	60	43	1	3	164	271	1.222	68,8
PB	76	34	0	0	152	262	979	83,8
PE	106	41	0	1	192	340	2.155	77,8
PI	47	50	0	1	98	196	715	79,4
RN	36	33	0	0	129	198	822	82,5
SE	34	13	0	0	38	85	538	82,4
Norte	314	137	2	32	327	812	3.390	76,5
AC	25	11	0	5	5	46	148	70,7
AM	40	27	2	10	42	121	723	79,5
AP	19	6	0	2	19	46	140	78,5
PA	114	45	0	8	127	294	1.605	78,8
RO	57	23	0	5	43	128	400	76,4
RR	14	6	0	1	6	27	90	68,9
TO	45	19	0	1	85	150	284	64,2
Sudeste	1.145	545	32	22	1.538	3.282	26.059	94,7
ES	64	26	0	1	71	162	1.100	88,2
MG	451	185	4	5	749	1.394	6.062	92,1
RJ	104	60	6	1	126	297	5.302	95,2
SP	526	274	22	15	592	1.429	13.595	96,4
Sul	679	477	23	2	931	2.112	8.778	90,5
PR	235	180	10	2	315	742	3.241	89,8
RS	282	189	10	0	404	885	3.522	90,5
SC	162	108	3	0	212	485	2.015	91,6

Fonte: Ministério das Comunicações e Mídia Dados Brasil 2014

No quadro é possível notar que a distribuição das emissoras não atende somente à critérios socioeconômicos ou culturais, mas reflete interesses dos que estão ou estiveram no poder. Historicamente a divisão regional das emissoras apresenta uma realidade distorcida pelo uso concessões de canais de rádio como moeda de troca política, "no governo Figueiredo, por exemplo, duplicou-se o número de emissoras em funcionamento" (Del Bianco, 1999, p.194). No entanto, o auge desta prática aconteceu durante o governo de José Sarney, quando o então Ministro das Comunicações Antônio Carlos Magalhães concedeu grande número de concessões aos amigos, familiares e correligionários.

José Sarney conseguiu superar seu antecessor e transformou-se num campeão na distribuição de canais durante o período crítico da disputa na Constituinte, quando estava em jogo a duração do mandato de Presidente da República. De 1985 a 1989, Sarney autorizou o funcionamento de 632 FMs e 314 AMs. Somente no período de novembro de 1987 a setembro de 1988, concedeu, em média, 32 FMs por mês. Em ritmo acelerado, 70% das frequências e canais disponíveis foram ocupados, o que implicou, em algumas cidades e capitais, praticamente no esgotamento do espectro (DEL BIANCO, 1999, p.194).

A prática permaneceu nos governos posteriores, o que explica o quadro do controle acionário da radiodifusão no país. Obviamente, este cenário possui influência direta nos conteúdos veiculados e, por conseguinte, na participação popular (ou sua ausência). Considerando os índices de analfabetismo, a parcela da população que ainda encontra-se no limiar da chamada linha da pobreza e os habitantes das áreas rurais ou com infraestrutura e acessos precários podemos afirmar que esta concentração implica diretamente na alienação social, bem como na subutilização do potencial do rádio enquanto espaço de fortalecimento da cidadania, princípio defendido por Roquette-Pinto (2003) nos primórdios da radiodifusão brasileira e por Mario Kaplún (1994) durante a segunda metade do século XX. Ainda, é essencial considerar que as características do rádio, especialmente potencializadas na programação das emissoras AM, costumam estimular o estabelecimento de um forte vínculo com as comunidades nas quais estão inseridas, tornando-as importantes espaços para a comunicação popular.

Nos próximos anos, a migração acarretará a extinção das emissoras em Ondas Médias de caráter local, popularmente chamadas AMs³. Como previsto em decreto presidencial, já não há mais outorgas ou renovações, devendo as emissoras existentes solicitar a migração ou readequação do sinal.

A entrada de quase 1.800 emissoras no espaço, hoje ocupado pelas mais de três mil emissoras FMs deve provocar importantes mudanças no perfil do dial brasileiro. Deste modo, a presente análise objetiva identificar elementos que permitam compreender o panorama destas emissoras obtendo bases para fundamentar possíveis questões sobre o futuro do rádio nacional. Para isso, realizamos uma revisão bibliográfica, complementada por meio das pesquisas documental e exploratória. Buscamos interligar as diferentes perspectivas que permeiam a radiodifusão, entre as quais elencamos o desenvolvimento histórico, econômico e político, bem como questões geográficas e socioculturais.

Um breve histórico

A história das emissoras em Amplitude Modulada é, em grande parte, a própria história do rádio. As primeiras emissoras eram administradas por clubes ou sociedades e possuíam uma programação elitizada, normalmente de cunho educativo. É a permissão para veiculação de mensagens publicitárias que estimula a profissionalização, com a publicação do Decreto nº. 21.111, de 1º de março de 1932. A partir daí, “o profissionalismo e a experiência se juntaram com dois outros importantes fatores: a farta entrada de capital estrangeiro no país e o aumento significativo de aparelhos receptores, espalhados pelos quatro cantos do país” (Casé, 2012, p.85), levando o rádio ao seu apogeu na década de 1940.

No período conhecido como a "era de ouro" as emissoras arrebataram grandes audiências com seus programas de auditório e ficção (radionovelas, radioteatro e séries), revelando grandes artistas, comunicadores e talentos da música brasileira.

"(...) uma das razões do sucesso desses programas no Brasil parece estar em sua capacidade de estabelecer interlocução com as pessoas, retrabalhando elementos de sua vida ordinária, ao mesmo tempo em que dela participa. Esses programas parecem brincar (e, às vezes, caricaturar) a realidade cotidiana, sendo que, ao fazê-lo, reiteram valores, normas e padrões estéticos

³ Tecnicamente o termo Amplitude Modulada refere-se a forma de modulação, de tal modo que esta denominação inclui a radiofrequência das emissoras em Ondas Médias (525 e 1.705 kHz), Ondas Curtas (3 a 30MHz) e Ondas Tropicais (2.300 e 5.060 kHz). (Anatel, 2010, p.6)



profundamente enraizados (PESSOA; MELLO VIANNA; SANTOS, 2013, p.6).

Deste modo, o rádio influenciou a construção de uma identidade cultural com personagens nacionalmente conhecidos. Não obstante, destacou-se pela agilidade, rapidez e potencial para atingir as massas em um período no qual a transmissão de informações ganhou importância com o advento da Segunda Guerra. O jornalismo radiofônico passou a valorizar as propriedades linguísticas do meio e o estilo Repórter Esso se espalhou pelas redações.

Para compreender a continuidade do desenvolvimento do perfil das emissoras na segunda metade do século XX podemos partir da proposta de Luiz Artur Ferraretto (2001), que sintetiza os marcos históricos que influenciaram as emissoras em amplitude modulada, são eles: o surgimento e a consolidação da televisão entre os anos 1950 e 1960, o advento das emissoras em Frequência Modulada nos anos de 1970 e o avanço tecnológico que ampliou as formas de transmissão e recepção, especialmente a partir dos anos 1980.

Desde o seu início a televisão reproduziu os formatos radiofônicos, atraindo seu *cast* de estrelas e, em pouco tempo, também uma significativa audiência. Diante da difícil concorrência as grandes orquestras e performances musicais ao vivo foram substituídas por gravações, o entretenimento foi dando lugar ao conteúdo informativo, esportes e prestação de serviços. O rádio adaptou-se, mantendo a relevância social de sua programação. No entanto,

"com a perda de prestígio do veículo na década de 60, provocada em parte pelo advento da TV - que passa a disputar parcelas significativas do bolo publicitário - e também pela queda no padrão de qualidade técnica das AMs, o meio viveu um período de estagnação. A situação incomodava a maioria dos empresários acostumados a obterem lucros com as estratégias gerenciais intuitivas de antes que garantiam o sucesso daquelas emissoras" (DEL BIANCO, 1999, p.189).

Um novo período inicia-se com a FM. Embora já existissem emissoras em frequência modulada, foi em 1973 que o Ministério das Comunicações apresentou o Plano Básico de Canais em FM, incentivando a utilização desta frequência. De acordo com Sonia Virgínia Moreira o plano atendia a dois pontos em particular:

"a) el mantenimiento del control sobre el espectro radiofónico por el Estado - uno de los pilares de la política de seguridad nacional, ya que la radio era el medio de comunicación de masas más accesible para la población - y b) el incentivo que se ofreció a la industria nacional de aparatos electrónicos. La

inversión en la radiodifusión en ese momento, concentrada en banda FM, tuvo notables consecuencias en la industria nacional fabricante de receptores". (MOREIRA, 2007, p.93)

As emissoras em FM, favorecidas pela qualidade superior do áudio, reproduziram o modelo norte-americano baseado no perfil majoritariamente musical de sua programação. A informação, a prestação de serviços e as transmissões esportivas passaram a caracterizar as rádios AM, que também buscavam se aproximar do público utilizando uma linguagem popular. Moreira (2007, p.94) explica que eram comuns os "programas de variedades, geralmente apresentados por locutores de gran audiencia", uma tendência que permaneceu até os dias de hoje.

Na década de 1980 acentuou-se a segmentação dos conteúdos e avanço tecnológico possibilitou a formação de redes via satélite, ampliando o potencial publicitário das emissoras AM e FM. Nos anos seguintes o jornalismo conquistou mais espaço no dial FM, deixando de ser marca das rádios AM. A exemplo disto podemos citar a CBN, rede especializada em conteúdos informativos, que transmite sua programação em ambas frequências desde meados dos anos 1990.

Ainda nestas décadas, a portabilidade, que até então vinha sendo grande aliada do rádio, trouxe o *walkman* e a programação radiofônica passou a dividir a audiência jovem - já mais concentrada nas emissoras FM - com as fitas cassetes. Fenômeno potencializado com a posterior chegada dos CD's, tocadores de MP3 e pendrives. Os celulares e smartphones também impactaram negativamente o rádio AM, isto por que os aparelhos com rádio integrado permitem sintonizar apenas o FM. A personalização modificou também o hábito de escuta nos automóveis. Com as *playlists* pessoais a programação musical ficou ainda rara nas AM, restando restrita à poucos programas populares ligados à cultura local.

Programas ancorados na figura de seu apresentador, trouxeram debates sobre política, religião, economia e educação, entre outros temas, a partir de questões cotidianas, se multiplicando nas emissoras das capitais e interior. O carisma destes profissionais reafirmou o papel do rádio falado, companheiro, conquistando uma audiência fiel e participativa. Os anúncios-testemunho garantiram lugar, utilizando a figura do comunicador para atestar a qualidade do produto ou serviço oferecido.

A penetração nas camadas populares fez do rádio um eficaz instrumento de influência, que serviu (e continua a servir) aos interesses de grupos políticos e religiosos. A prática



promoveu uma subutilização das emissoras, contribuindo para o crescente estreitamento de sua audiência.

Perfil geral das emissoras AM

Como vimos, "ao longo da última década do século 20, a programação das emissoras em amplitude modulada foi se configurando de forma que é possível identificar, na atualidade, quatro vertentes básicas: informativa, popularesca, mística-religiosa e educativa" (Ferraretto, 2001, p.57). Ferraretto explica que as emissoras de caráter informativo e popularesco seguem princípios comerciais, as educativas são normalmente pertencentes à fundações e instituições de ensino, no entanto, as emissoras com programação místico-religiosas deturpam as possibilidades comunicacionais do rádio, buscando apenas agregar fiéis.

O levantamento organizado por Nair Prata no Panorama do Rádio no Brasil permitiu uma breve análise do perfil das principais emissoras AM nas regiões metropolitanas das capitais brasileiras. A obra inclui a descrição de 204 emissoras, das quais aproximadamente 50% transmitem algum conteúdo religioso, boa parte durante toda a programação, o restante normalmente durante o período noturno, com horários arrendados para instituições religiosas. São programas musicais, informativos e de variedades, claramente pautados e limitados por preceitos religiosos. A linha das emissoras é predominantemente evangélica com diretrizes tanto pentecostais quanto neopentecostais. Deste modo, os nomes Igreja Universal do Reino de Deus, Assembleia de Deus, Deus é amor, Igreja Mundial do Poder de Deus e Igreja Adventista são menções recorrentes.

No entanto, a diferença não é grande e há forte presença católica também. A formação de redes AM/FM para transmissão dos principais programas é um modelo estratégico bem sucedido no que diz respeito ao número de emissoras afiliadas às principais emissoras católicas, ampliando o alcance e diminuindo os custos de produção. Um exemplo é a Rede Católica de Rádio, que congrega sub-redes a partir de diferentes emissoras geradoras, entre elas a Rede Milícia Sat que envia conteúdos produzidos pela rádio Imaculada Conceição 1490



AM à aproximadamente 90 emissoras de todas as regiões do país, número semelhante ao da Rede Aparecida (com a geradora Aparecida AM 820)⁴.

Ainda dentro da religião católica chama a atenção pela grande audiência o programa de linha carismática do Padre Marcelo Rossi transmitido há mais de 12 anos pela Rádio Globo AM de São Paulo e suas afiliadas. "Momento de Fé" vai ao ar de segunda a sábado entre 9h00 e 10h00, é apresentado pelo padre com auxílio da equipe de produção da emissora⁵.

Programas que contemplam outras religiões, especialmente as de matriz africana, aparecem apenas pontualmente.

De forma geral as emissoras que pertencem à instituições religiosas mantêm-se pelo arrendamento dos horários às igrejas ou por doações diretas dos fiéis através de clubes e associações. Contudo, é comum ver emissoras com receitas deficitárias, "uma vez que os concessionários não estão interessados objetivamente no mercado ou no negócio da radiodifusão" (Magnoni; Betti, 2014, p.158).

As emissoras classificadas populares possuem uma programação generalista, com programas informativos, de variedades, coberturas e transmissões das jornadas esportivas, prestação de serviços e espaços musicais.

As jornadas esportivas acompanharam a programação AM nas capitais e no interior, contudo, o esporte de destaque é o futebol. A forma de narrar dos locutores caracterizou as transmissões radiofônicas produzindo um estilo inconfundível desde o pioneiro Nicolau Tuma, que transmitiu pela primeira vez um jogo na íntegra, pela rádio Educadora Paulista em 1931. O hábito de assistir aos jogos na televisão ou nos estádios acompanhando a transmissão radiofônica foi passado entre as gerações e perdura, tal como a influência das transmissões na popularização dos times, inclusive fora do seu Estado de origem.

A informação, a prestação de serviços e os programas de variedades reproduzem o tom popular nos discursos e temas, visando estabelecer uma relação de proximidade com seu público. O formato de programação da carioca Super Rádio Tupi, da paulista Capital, da Globo AM - presente em ambas regiões metropolitanas, bem como da gaúcha Farroupilha, resume bem o modelo, com programas que levam o nome de seus apresentadores e soam

⁴ A rede aparecida possui 80 afiliadas. Informações do site da Rede Católica de Rádio (<http://www.rcr.org.br>), pesquisadas em fevereiro de 2015. Ainda, é necessário atentar que algumas emissoras podem ser afiliadas a mais de uma rede.

⁵ Para mais informações sobre o programa indicamos consultar ABREU, João Baptista de. *O pregador midiático: Marcelo Rossi e o discurso radiofônico em Nosso Momento de Fé*. IN: Revista Logos 35 - Mediações Sonoras, vol18, no. 02, 2o semestre de 2011. Rio de Janeiro: UERJ

como conversas, sem ostentar a roteirização da fala, embora tenham estruturas definidas. No jornalismo as editorias de entretenimento e policial têm destaque no campo da informação, normalmente apresentadas de forma bastante opinativa.

Ainda, podemos classificar as emissoras pelo foco de seu conteúdo, sendo locais e dialogando diretamente com a comunidade na qual estão geograficamente inseridas ou afiliadas de redes regionais e nacionais, que retransmitem conteúdos pasteurizados, produzidos pela emissora cabeça-de-rede comumente instalada em grandes centros urbanos. A rede possibilita uma estratégia mercadológica que diminui o custo de produção das emissoras AM e aumenta sua arrecadação ao potencializar o mercado publicitário. Entretanto, a desvantagem deste modelo está na descaracterização da programação local, que muitas vezes acaba por inserir conteúdos irrelevantes para a população, por exemplo, ao transmitir informações sobre o trânsito na cidade de São Paulo para moradores de quaisquer cidades fora de sua área metropolitana. Nos municípios do interior, sobretudo nas áreas rurais ou mais isoladas, é comum encontrar programas que se relacionam com a base econômica da localidade, como por exemplo a agropecuária e a pesca, do mesmo modo as emissoras locais prestam serviços de utilidade pública como informar as datas de atendimento de especialistas nos postos de saúde ou enviar mensagens pessoais entre moradores de diferentes comunidades da região.

A programação estritamente musical é quase inexistente, tendo sido incorporada pelas FMs nas últimas décadas, os programas musicais, que persistem a despeito do chiado característico do rádio AM, focam em determinados ritmos regionais ou seguem a linha gospel. Já a produção educativa está, em sua maior parte, demarcada nas emissoras pertencentes ao Estado e algumas instituições de ensino⁶. Neste caso, podemos citar as emissoras ligadas à Empresa Brasil de Comunicação - EBC, entre as quais estão a Rádio Nacional e a Rádio MEC e a emissora da Universidade Federal de Goiás, respectivamente.

A história demonstra que a comunicação eletrônica tem sido objeto de barganha política⁷, configurando um quadro tão preocupante quanto o proselitismo religioso, anteriormente comentado. Além da presença direta de políticos no controle acionário das rádios, não é rara a utilização de parentes e "laranjas". Muitas vezes as rádios AM/FM

⁶ A lista das emissoras universitárias pode ser acessada em <<https://blog.ufba.br/portaldoradio/radios-universitarias>> .

⁷ Ver MOTTER, Paulino. *O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney*. IN: Comunicação&Política, vol. I, nº. 1, agosto-novembro, 1994, p. 89-115 e COSTA, Sylvio; BRENER, Jayme. *Dossiê das concessões de TV*. Observatório da Imprensa. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/showNews/mat2008d.htm>>. Acesso em fevereiro de 2014.



integram um amplo sistema de comunicação que também conta com periódicos impressos, portais na Internet e emissoras de televisão (frequentemente retransmissoras do conteúdo das grandes redes nacionais), gerando uma situação de controle da mídia local.

O Maranhão exemplifica esta realidade, verificamos que quatro emissoras possuem políticos como sócios, entre as sete que operam em amplitude modulada listadas na capital São Luís (Ministério das Comunicações, 2014). A família do ex-presidente José Sarney⁸ é a grande beneficiada com esta situação, sendo proprietária de uma das emissoras (entre outras empresas do Sistema Mirante) e possuindo apoio editorial das restantes. Com a recente entrada da oposição no governo estadual o contraponto partidário deve ser feito pela emissora estatal, para qual já foram anunciados investimentos e reestruturação da programação, no entanto, será preciso atentar para que não se crie um campo de batalha midiático entre grupos políticos, com conteúdos que desconsideram o real interesse público, repetindo o que ocorre em outras localidades do país.

O rádio vem mantendo uma receita média de 4% do bolo publicitário, totalizando aproximados US\$ 600 milhões de acordo com dados do Projeto Inter-Meios (Mídia Dados, 2014, p.101-104). Seus maiores anunciantes são das áreas de comércio (varejista), serviços/telecomunicações, indústria farmacêutica, bancos e indústria automobilística (p.117). Não há informações oficiais atualizadas sobre que parte deste montante caberia às rádios AM, mas não é incorreto afirmar que a porcentagem é mínima, especialmente considerando a realidade das emissoras fora dos principais mercados, tanto por conta do seu perfil quanto dos índices de audiência⁹.

No descrito cenário os profissionais radialistas e jornalistas sofrem com a diminuição das oportunidades de trabalho decorrente da desvalorização da formação em detrimento da ideologia político-religiosa, prática comum nas emissoras que caracterizam-se pela defesa de interesses de determinados grupos. No entanto, de maneira geral, a categoria enfrenta problemas também nas emissoras comerciais, visto que não está previsto na legislação um

⁸ José Sarney também exerceu os cargos de vice-presidente do Brasil (1985), governador do Maranhão (1966-1970), senador pelo Maranhão (1971-1985) e pelo Amapá (1991-2015) e presidente do Senado Federal (em 1995-97, 2003-05 e 2009-13). Ainda, dois de seus filhos seguiram carreira política, sendo que Roseana Sarney é ex-deputada federal pelo Maranhão (1991-1994), ex-governadora por dois mandatos (1995-2002 e 2009-2014), ex-senadora (2003-2009), ambos pelo mesmo Estado e José Sarney Filho é deputado federal por nove mandatos consecutivos desde 1983, ainda foi Secretário de Estado (1988-1990) e Ministro do Meio Ambiente (1999-2002).

⁹ Dados do Ibope indicam que a audiência das emissoras AM (no período entre dezembro de 2013 e fevereiro de 2014) variou entre 6% e 14% da audiência total do rádio em São Paulo. No Rio de Janeiro a variação ficou entre 5% e 10% (Mídia Dados, 2014, p.334). Não há informações abertas disponíveis sobre as emissoras no interior, mas a partir destes dados é possível ter ideia do panorama nacional.



piso salarial nacional, ficando o valor a cargo da negociação liderada pelos sindicatos. No Rio de Janeiro a última convenção coletiva do Sindicato dos Radialistas estabeleceu um valor mínimo de R\$ 948,00 para o salário normativo nas emissoras do interior e R\$ 1269,00 nas da capital para o ano de 2015¹⁰.

As diferenças regionais e a quantidade de rádios fazem com que não seja possível estabelecer um perfil detalhado da radiodifusão em amplitude modulada, no entanto, estudos demonstram a semelhança dos panoramas locais, o que possibilita estabelecer elementos que permeiam as problemáticas nacionais, como o recente processo de migração das emissoras.

Migração, digitalização e o futuro do rádio AM

No dia 7 de novembro de 2013 a presidenta Dilma Rousseff assinou o Decreto nº 8.139 que determina as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local e para adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço em frequência modulada. De acordo com o decreto, as emissoras OM possuíam o prazo máximo de um ano para solicitar a adaptação de suas outorgas, devendo arcar com o valor correspondente ao uso da radiofrequência e a diferença para os valores mínimos referentes à outorga de radiodifusão sonora em frequência modulada, estabelecidos pela Agência Nacional de Telecomunicações - Anatel e pelo Ministério das Comunicações respectivamente.

Nos municípios que necessitarem utilizar a extensão da faixa (de 76 a 88 Mhz) o Ministério poderá autorizar a transmissão concomitante da programação nas frequências FM e OM por até cinco anos e fomentará condições para a adaptação dos aparelhos receptores. A eFM ocupará as frequências dos canais 5 e 6, liberados com *switch-off* após a digitalização do sinal de televisão.

A migração prevê o limite de duas outorgas em FM por pessoa na localidade (município) e, ao término do processo, as frequências AM devem ser devolvidas ao Ministério das Comunicações.

Caso não tenha interesse em migrar ou seja constatado que, por questões técnicas, a migração não será possível, a emissora poderá solicitar a adequação de frequência, deixando a emissora de ser local e passando a ser regional. De tal modo, reforçamos que as emissoras com cobertura regional e nacional não sofrerão alterações com o decreto. A viabilidade

¹⁰ Documento disponível em: <http://radialistasrj.org.br/site/noticias/5856-boletim-informativo-convencao-assinada>

técnica deve garantir que não haja interferência entre os sinais de cada canal, respeitando a área cobertura das emissoras. Caso haja inviabilidade técnica para a migração e para o reenquadramento a emissora poderá manter sua operação em ondas médias locais até o final do período de vigência da outorga.

O processo de migração foi, antes de mais nada, uma decisão política, influenciada, entre outros fatores, pela solicitação/pressão dos grupos de radiodifusores. Um estudo de viabilidade realizado em 2010 pela Anatel resume os principais problemas técnicos enfrentados pelas emissoras:

"(...) Além da notória diferença na qualidade do áudio para as rádios FM, o crescimento urbano aumenta cada vez mais o patamar do nível de ruído e polui a faixa com emissões espúrias, deteriorando a qualidade do áudio e prejudicando a área de cobertura das emissoras. A urbanização também prejudica a condutividade do solo, essencial para a transmissão em OM. Além disso, as estações de OM têm custos de instalação e manutenção muito maiores - são grandes torres que consomem uma substancial quantidade de energia para operar. E a potência de operação muda conforme o período do dia - à noite é preciso diminuir a potência devido ao fenômeno da propagação ionosférica, típica da faixa de OM, que aumenta o nível de interferência entre as emissoras. Para piorar a situação, os receptores de AM são cada vez mais raros, ao contrário dos de FM, cada vez mais portáteis e mais integrados aos celulares, tocadores de MP3 e diversos outros dispositivos eletrônicos. Tudo isso afasta os ouvintes, afeta o *market-share* das emissoras e põe em risco sua própria subsistência". (Anatel, 2010, p.9)

A discussão sobre a qualidade do sinal ganhou força com a possibilidade de melhoria após a digitalização, quando então passaria a ser equivalente ao FM. No entanto, há mais de uma década o processo decisório sobre o padrão digital do sistema de radiodifusão sonora está travado por impasses técnicos e políticos¹¹. A falta de políticas públicas e de uma legislação atualizada, complementada pela relevância político-social do rádio e pelas disparidades econômicas e geográficas das regiões brasileiras tornam complexo o avanço tecnológico, estagnando o planejamento e a evolução do modelo de negócios.

¹¹ As discussões estão sendo geridas no âmbito do Conselho Consultivo, com participação do Governo Federal, do Poder Legislativo, do setor de radiodifusão e da indústria. Todo o processo vem sendo acompanhado pela profa. Nélia Del Bianco, como representante da área acadêmica indicada pelo Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom. Ver DEL BIANCO, Nélia. *Atuação do Conselho Consultivo do Rádio Digital: em busca de um formato de digitalização adequado à realidade brasileira*. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus, AM. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0062-1.pdf>>. Acesso em fevereiro de 2015.



Considerações

Encerrado o prazo para solicitação da migração o Ministério das Comunicações divulgou a lista de 1403 emissoras em Ondas Médias que realizaram o procedimento, o equivalente a 78,7% do total. As mudanças efetivas devem demorar alguns anos, principalmente nas regiões metropolitanas, uma vez que as análises de viabilidade técnica estão em andamento e os valores que devem ser pagos pela adaptação ainda não foram definidos. Conseqüentemente, é cedo para prognósticos, contudo, sem a pretensão de esgotar o assunto, podemos propor alguns questionamentos e pontos que devem permear a pauta de discussões, especialmente no próximo quinquênio, como: a) qual será o perfil das emissoras após a migração?; b) haverá mudanças no modelo de gestão das emissoras locais?; c) a audiência e a arrecadação refletirão positivamente a mudança no quadro geral da FM?; d) poderão as pequenas emissoras locais arcar com as despesas da migração e da digitalização, enquanto buscam se estruturar em uma nova frequência?; entre outros.

Com a melhoria na qualidade de som é possível que ampliem-se as rádios de cunho exclusivamente musical, modificando a configuração dos diferentes departamentos das emissoras. Também, o aumento da concorrência direta deve impor um nível mínimo de profissionalização às equipes. Podemos também considerar que a possibilidade de aumentar a arrecadação pode ser um relevante ponto para reverter a tendência de arrendamento das horários e emissoras para as instituições religiosas, no entanto, seria necessário que os radiodifusores repensassem seus modelos de gestão. Ainda assim, permaneceriam aqueles que possuem interesse ou ligação com as ditas instituições e/ou aqueles que, embora controlem a concessão, optam por não administrar a produção de conteúdos.

Já as relações políticas com as concessões de outorgas não deve sofrer alterações, visto que a ideia de utilizar o rádio como palanque para defesa de interesses pessoais acaba por ser beneficiada tanto pela possibilidade de aumento da arrecadação, quanto da audiência, principalmente se considerarmos os grupos de comunicação e as redes de emissoras, que possuem uma estrutura organizacional mais ampla. Neste sentido, é improvável que a migração altere a distribuição das emissoras, mesmo que a legislação impossibilite o acúmulo da posse de outorgas que deve acontecer em determinadas regiões.

No descrito cenário, ainda que o atual perfil das emissoras não forneça indícios de uma tendência de diversificação das vozes e ampliação da participação popular, é primordial



que a sociedade e o poder público atentem para os princípios que fundamentam o serviço de radiodifusão, buscando mais do que a manutenção do acesso livre e direto pelo público, mas a consideração efetiva de seus interesses em todas as etapas do processo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANATEL. Agência Nacional de Telecomunicações. *A extensão da faixa de FM (eFM) e a migração da faixa de OM: o que fazer com os canais 5 e 6 da televisão na era digital*. Brasília: ANATEL, 2010.

BALLESTEROS LOPEZ, Tito. *La Radio en América Latina y el Caribe - Mapa Interactivo (actualización 2014)*. Disponível em: < <http://titoballesteros.blogspot.com.br/2012/04/elpresente-estudio-recoge-un-sinnumero.html>>.

CASÉ, Rafael. *Programa Casé: o rádio começou aqui (2a ed.)*. Rio de Janeiro: Maud, 2012.

BRASIL. *Decreto Presidencial nº 8139, de 7 de novembro de 2013*. Dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências. Brasília: Diário Oficial da União, 2013.

DEL BIANCO, Nélia. Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas. IN: DEL BIANCO, Nélia; MOREIRA, Sonia Virgínia (orgs.). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro: EdUERJ, Brasília:UnB, 1999.

FERRARETTO, Luiz Artur. Tendências da programação radiofônica: as emissoras em amplitude modulada. IN: MOREIRA, Sonia Virgínia. DEL BIANCO, Nélia R. (org.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom, Rio de Janeiro: Uerj, 2001.

KAPLÚN, Mario. *Producción de Programas de Radio: el guión – la realización*. México, Editorial Cromocolor, 1994.

MAGNONI, Antonio Francisco; BETTI, Juliana Gobbi. A digitalização, a convergência e as novas interfaces do Rádio. IN: CARVALHO, J.M.; MAGNONI, A.F.; PASSOS, M.Y.(orgs). *Economia política da comunicação: digitalização e sociedade*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013

MÍDIA DADOS 2014. disponível em: < <http://sunflower2.digitalpages.com.br/html/reader/119/38924>>, acesso em abril de 2015.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Dados do setor de Radiodifusão - *Lista de sócios e diretores*, 2014. Disponível em: < <http://www.comunicacoes.gov.br/dados-do-setora>> (a)

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Dados do setor de Radiodifusão - *Planilha com dados numéricos de emissoras em todo o país*, 2014. Disponível em: < <http://www.comunicacoes.gov.br/dados-do-setora>> (b)

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Espaço do Radiodifusor - Migração das Rádios AM. *Lista das entidades que pediram a adaptação*, 2014. Disponível em: < <http://www.comunicacoes.gov.br/espaco-do-radiodifusor/migracao-das-radios-am/lista-de-entidades-que-pediram-adaptacao>> (c)

MOREIRA, Sonia Virgínia. La radio en Brasil. IN: MERAYO, Arturo (coord.). *La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva*. España: Comunicación Social, 2007.



PESSOA, Sônia Caldas; MELLO VIANNA, Graziela; SANTOS, Elias. Programas de auditório no rádio: um percurso histórico do dispositivo à vivência contemporânea de escuta. IN: Anais do 9o Encontro Nacional de História da Mídia. Minas Gerais: UFOP, 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-sonora>>, acesso em março de 2015.

PRATA, Nair (org.). *Panorama do Rádio no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2011.

ROQUETTE-PINTO, Vera Regina. *Roquette-Pinto, o rádio e o cinema educativos*. IN: REVISTA USP, São Paulo, n.56, p. 10-15, dezembro/fevereiro 2002-2003. São Paulo: USP, 2003