



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS**  
**INSTITUTO DE FILOSOFIA, CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIEDADE E CULTURA NA**  
**AMAZÔNIA**

**EDILENE MAFRA MENDES DE OLIVEIRA**

**VOZES MODULADAS DA FLORESTA**  
**A complexidade da migração das rádios amazonenses de AM para**  
**FM e suas adaptações ao ambiente da convergência tecnológica**

**MANAUS / AM**

**2017**



**EDILENE MAFRA MENDES DE OLIVEIRA**

**VOZES MODULADAS DA FLORESTA**

**A complexidade da migração das rádios amazonenses de AM para FM e suas adaptações ao ambiente da convergência tecnológica**

Tese apresentada à Universidade Federal do Amazonas como exigência para obtenção do título de Doutora em Sociedade e Cultura na Amazônia, na área de concentração Processos Socioculturais na Amazônia, sob a orientação do Professor Doutor Gilson Vieira Monteiro

**MANAUS / AM**

**2017**

Oliveira, Edilene Mafra Mendes de  
O48v Vozes Moduladas da Floresta : A complexidade da migração das  
rádios amazonenses de AM para FM e suas adaptações ao  
ambiente da convergência tecnológica / Edilene Mafra Mendes de  
Oliveira. 2017  
312 f.: il. color; 31 cm.

Orientador: Prof. Dr. Gilson Vieira Monteiro  
Tese (Doutorado em Sociedade e Cultura na Amazônia) -  
Universidade Federal do Amazonas.

1. Sociedade e Cultura na Amazônia. 2. Rádio no Amazonas. 3.  
Migração AM FM. 4. Complexidade. 5. Rádio Migrado. I. Monteiro,  
Prof. Dr. Gilson Vieira II. Universidade Federal do Amazonas III.  
Título

**Nome:** Edilene Mafra Mendes De Oliveira

**Título:** Vozes Moduladas Da Floresta: A complexidade da migração das rádios amazonenses de AM para FM e suas adaptações ao ambiente da convergência tecnológica

Tese apresentada à Universidade Federal do Amazonas como exigência para obtenção do título de Doutora em Sociedade e Cultura na Amazônia, na área de concentração Processos Socioculturais na Amazônia, sob a orientação do Professor Doutor Gilson Vieira Monteiro.

Aprovada em: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

**Banca Examinadora:**

Orientador: Prof. Dr. Gilson Viera Monteiro

Instituição: UFAM      Assinatura: \_\_\_\_\_

Profa. Dra. Iraíldes Caldas Torres

Instituição: UFAM      Assinatura: \_\_\_\_\_

Profa. Dra. Nair Prata Moreira Martins

Instituição: UFOP      Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. Walmir de Albuquerque Barbosa

Instituição: UFAM      Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. Wilson de Souza Nogueira

Instituição: UFAM      Assinatura: \_\_\_\_\_



Ao meu pai Edmilson, pelo exemplo de ser humano que foi e ainda é em minha memória.

À minha mãe Maria do Carmo, por sempre me incentivar a seguir os desejos do meu coração.

Ao meu esposo Marcondes, pelo apoio desmedido e incondicional.

À minha avó Estelita, pelos sábios ensinamentos e orações contínuas.

Às minhas amigas companheiras Eliena e Manoela, por estarem presentes ao meu lado quando mais precisei.

Aos meus irmãos, sobrinhos, cunhados, afilhados, amigos, professores, alunos, companheiros de trabalho, por uma vida de experiências compartilhadas.

Á Amazônia, terra onde nasci, que me escolheu e que escolhi, minha inspiração e encantamento.

Ao Rádio, um amor para toda a vida.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço aos que me apoiaram na trajetória desta tese, principalmente:

A Deus que me deu forças quando as dores ultrapassaram a dimensão física, me mantendo firme para alcançar a conquista desse sonho.

Aos meus amados pais, Edmilson e Maria do Carmo Silva, por terem abdicado de si para que eu e meus irmãos pudéssemos nos tornar pessoas de bem, dentro de princípios éticos e cristãos.

Ao meu esposo e companheiro, Marcondes Mendes, pelo amor, apoio, compreensão e por abrir mão de seus sonhos para que eu realizasse o meu.

Aos meus queridos irmãos, Claudia Maria, Fabrício Mafra e Fabian Mafra, pela torcida constante e compreensão nos momentos de ausência e isolamento social.

Aos meus amados sobrinhos e afilhados, Rayra Marinho, Fellype Marinho, Jéssica Mafra, Fabian Júnior e Maria Rita, pelos momentos de ausência e falta de tempo para compartilhar momentos felizes.

À minha querida amiga e parceira de tantas produções, Eliena Monteiro, que me deu força e serenidade nos momentos mais difíceis para a construção desta tese.

À minha afilhada e eterna companheira radiofônica, Manoela Moura, por dividir comigo o amor pelo rádio e os anseios da pesquisa radiofônica.

À minha amada gatinha Malu, por compartilhar infinitas madrugadas insones e pelos carinhos inocentes nos momentos de angústia.

Aos meus alunos e companheiros uninorteanos, Leila Ronize, Clayton Rodrigues, Tânia Brandão, Jônia Quédma, Andrea Arruda, Suellen Souza, Nereida Tavares, Luís Mansuêto, Alex Otani, Marklea Ferst, Helen Coutinho, Helen Oliveira e Viviane Novo, por todo o incentivo em tantos momentos de tribulação e conquistas coletivas.





Aos meus fiéis escudeiros uninorteanos, Ricardo Silva, David Simplício, Klinger Almeida, Relysonn Grandal, Thiago Oliveira, Edley Oliveira, Jean Simplício, Andro Encarnação, Marcelo Oliveira, Emerson de Jesus, Robson Oliveira e Maidno Sampaio, pelo companheirismo e por tornarem minhas ideias realidade por meio do dom que Deus lhes deu.

Ao reitor do Centro Universitário do Norte, Geraldo Harb, pelo incentivo na busca pelo conhecimento e compreensão no decorrer da construção desta pesquisa.

Ao meu professor orientador, Gilson Monteiro, pelos momentos compartilhados e pelos desafios superados com a realização desta tese.

Aos queridos professores do Programa de Sociedade e Cultura na Amazônia, Walmir Albuquerque, Iraíldes Caldas, Marilene Corrêa, Edgar Carvalho, Sérgio Ivan Gil, pelos momentos especiais de conhecimento compartilhado e pela descoberta de novos caminhos.

Aos companheiros do Grupo de Rádio e Mídia Sonora, Nélia Del Bianco, Nair Prata, Luiz Arthur Ferraretto, Eduardo Meditsch, Debora Lopez, Valci Zuculoto, Ana Bauman, Norma Meireles, Pedro Vaz, Alvaro Bufarah, pelo compartilhamento da mesma paixão e pelo acolhimento fraterno a cada ano.

Aos profissionais do rádio amazonense, por manterem esse meio sempre vivo, a todo instante.

Aos estimados profissionais e gestores radiofônicos com quem tive a honra de compartilhar momentos especiais na construção desta tese, Adriane Oliveira, Alberto Nascimento, Arnaldo Santos, Charles Cunha da Silva, Cristovão Nonato, Danielle Pires, Genival de Paula, Jerusa Santos, Josué Filho, Larissa Balieiro, Paulo Guerra, Thomas Schawbaart, Valdir Corrêa.

A todos os meus tios, tias, primos, primas, sobrinhos e aos valiosos e fiéis amigos que fiz em minha história, aos quais devo muito dos aprendizados de vida.



“O rádio é a onipotência feita som. Outrora, os deuses falavam aos homens, do alto temeroso dos céus. Adão ouviu, muitas vezes, as advertências sapientíssimas do Padre Eterno. Júpiter, o pai dos deuses, falava através do trovão e era chamado, por isso, Júpiter Tonante ... Depois da Grécia, os deuses calaram-se. Ouviu-se no mundo a voz roufenha das guerras, o estridor das armas em choques, o gemido dos moribundos... Na Idade Média, era o demônio quem falava, através das velhas em cujo corpo se abrigava... Passou a Idade Média – e o Diabo calou-se, para sempre. Veio a Renascença e as catedrais fizeram ouvir a voz sonora dos seus bronzes eternos. Depois, o Racionalismo, a Dúvida e a Máquina – e logo se ouviu o “fon-fon” dos automóveis, a sirena das fábricas, o apito agudo das locomotivas... A Humanidade respirava através dos pulmões de aço à vapor. Em seguida, a Eletricidade, o clarão de Edison, e, por fim, Marconi e o rádio!”

Renato Murce



## RESUMO

A Radiodifusão Sonora Brasileira encontra-se em estágio de migração de Amplitude Modulada (AM) para Frequência Modulada (FM). Assim, mesmo em sistema analógico, o Rádio Migrado, entre outros benefícios, ganha mais qualidade de som e converge para as plataformas digitais. A medida visa trazer oportunidades para o negócio, até a implementação do Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD), que ainda não foi definido por questões tecnológicas, políticas e econômicas. Apesar de a tecnologia em FM estar operando no Brasil há mais de 40 anos, muitas emissoras continuaram suas transmissões em AM, por falta de política que desburocratizasse o processo de mudança de outorga. Após pressão, a migração de AM para FM tornou-se realidade nesta década, com a publicação do Decreto 8.139 de 7 de novembro de 2013 – fenômeno que tem motivado estudos multidisciplinares em todo o País. No caso do Amazonas, essa migração tem particularidades inerentes à forma de se viver na Amazônia, ambiente com estruturas complexas. Diante disso, esta tese teve como objetivo compreender a complexidade que envolve a migração, no Estado. A pesquisa exploratória, com o método Estudo de Casos Múltiplos, envolveu cinco emissoras amazonenses que concluíram o processo de migração até julho de 2017: Rio Mar, Baré (CBN Amazônia), Band News Difusora, Educação Rural de Tefé e Princesa do Solimões. As reflexões e interpretações do fenômeno se deram à luz da Teoria da Complexidade (MORIN, 2005, 2006, 2011); Conexões Ocultas (CAPRA, 2005); Pensamento Sistêmico (CAPRA, 2006); Cultura da Convergência (JENKINS, 2009); Teoria Geral dos Sistemas (BERTALANFFY, 2012); conceitos da Autopoiese (MATURANA E VARELA, 2001) e da migração (JANSEN, 1969), (TOWNSEND, 2010) e (VILCHES, 2003). Com a migração, as emissoras de rádio melhoram a qualidade técnica, renovam suas estratégias; interagem com novas mídias em multiplataformas e se conectam a redes, retroalimentando o grande ecossistema comunicacional, na era da convergência.

**Palavras-chave:** Sociedade e Cultura na Amazônia; Rádio no Amazonas; Migração AM FM; Autopoiese; Complexidade; Rádio Migrado.



## ABSTRACT

The Brazilian Sonorous Broadcasting its found in the migration stage from Amplitude Modulation (AM) to Frequency Modulation (FM). Therefore, even in analogical system, the Migrated Radio, among others benefits, earn better sound quality and converge to digital platforms. The measure intent to bring business opportunities, until the Brazilian System of Digital Radios's implementation, which is not defined yet for technological, political and economic reasons. Despite the FM broadcasting be operating in Brazil for more than 40 years, multiple broadcasters continued their transmissions in AM, for lack of public policies that debureaucratize the changing process of grant. After pressure, the migration from AM to FM broadcasting became a reality in this decade, with the release of the Decree 8.139 from November 7th, 2013 - phenomenal that has motivated multidisciplinary researches in all over the country. In the case of Amazonas, this migration has particularities inherent to the way of living in the Amazon, environment with complex structure. Confronted with this, these dissertation had as a goal understand the complexity that involves the migration, in the State. The exploratory research, with the approach Multiple Cases Study, engaged five amazon broadcasters whose finished the migration process until July, 2017: Rio Mar, Baré (CBN Amazônia), Band News Difusora, Educação Rural de Tefé and Princesa do Solimões. The phenomenon's reflections and interpretations were constructed according to Complex Thought (MORIN, 2005, 2006, 2011); The Hidden Connections (CAPRA, 2005); Systemical Thought (CAPRA, 2006); Convergence Culture (JENKINS, 2009), General System Theory (BERTALANFFY, 2012); Concept of Autopoiesis (MATURANA E VARELA, 2001) and the migration (JANSEN, 1969), (TOWNSEND, 2010) e (VILCHES, 2003). With the migration, the radio broadcasters improved the technical quality, renew their strategies, interacts with new medias in multiple platforms and connects each other in networks, improving the big communicative ecosystem, in the convergence era.

**Key-words:** Society and Culture in the Amazon, Radio in the Amazonas, Migration AM FM, Autopoiesis, Complexity, Migrated Radio.





## RÉSUMÉ

La radiodiffusion sonore brésilienne est en phase de migration de la modulation d'amplitude (AM) vers la fréquence modulée (FM). L'opération FM est une condition préalable pour que les radiodiffuseurs puissent entrer dans le Système de Radio Numérique Brésilien (SBRD), qui n'a pas encore été défini dû aux problèmes technologiques, politiques et économiques. Bien que la technologie Fréquence Modulée soit utilisée au Brésil depuis plus de 40 ans, de nombreux radiodiffuseurs ont poursuivi leurs émissions en AM, manque d'une politique qui ferait en sorte que la bureaucratie prenne moins d'importance dans le processus de changement de subvention. Après la pression, la migration de la modulation d'amplitude vers la modulation de fréquence est devenue une réalité au cours de cette décennie avec la publication du décret n ° 8 339 du 7 novembre 2013, un phénomène qui a motivé des études multidisciplinaires dans tout le pays. En Amazonas, par exemple, cette migration a des particularités liées à la façon dont on vit en Amazonie, dans un environnement aux structures complexes en ce qui concerne la logistique, les infrastructures, la composition culturelle et socio-économique. Parmi d'autres particularités. Par conséquent, cette thèse visait à comprendre la complexité de la migration de la bande AM vers la bande FM. Dans l'État, dans la tentative de comprendre l'écosystème brésilien affecte la radiodiffusion en Amazonie, en période de convergence technologique. Les réflexions ont été présentées à la lumière de la théorie de la complexité (MORIN, 2006, 2011), de la théorie générale des Systèmes (BERTALANFFY, 2012), des concepts d'autopoïésis (MATURANA ET VARELA, 2001) et de la migration (JANSEN, 1969), (TOWNSEND, 2010) et (VILCHES, 2003). Le corpus d'analyse a été composé de cinq stations de radio d'Amazonas qui ont conclu le processus de migration jusqu'en juillet 2017: Rio Mar, Baré (CBN Amazônia), Band News Difusora, L'éducation rurale Tefé et Princesa do Solimões. Le protocole de recherche exploratoire de plusieurs études de cas comptés sur les étapes: l'état de l'art, la recherche bibliographique et documentée, la recherche sur place, rapport de thèse, avec inférences et croisements de résultats et élaboration de rapport de thèse, avec inférences et interprétations du phénomène. Les analyses ont envisagé les critères: des raisons qui ont mené à la migration, restructuration organisationnelle, redéfinition des stratégies de programmation et recherche par auditoire et l'utilisation de nouveaux médias ajoutés à la radio. On a observé qu'avec la migration, les stations de radio ont trouvé de nouvelles possibilités grâce à une meilleure qualité technique, elles renouvellent leurs stratégies commerciales, elles commencent à interagir avec les nouveaux médias, à la recherche du public, elles se connectent à des réseaux radiophonique générant automatiquement un grand écosystème radiophonique autopoïétique.

**Mots-clés:** Société et culture en Amazonie; Radio en Amazonie; Migration AM et FM; Autopoïésis; Complexité; Radio Migré.



## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	Diagrama do Sistema de Preparação e de Transmissão ....	75
<b>Figura 2</b>	Diagrama dos Sistemas de Recepção .....	75
<b>Figura 3</b>	Diagrama do Sistemas de Transmissão via Satélite .....	80
<b>Figura 4</b>	Diagrama das interações redes de rádio .....	82
<b>Figura 5</b>	Exemplo de um sinal do IBOC no ar .....	91
<b>Figura 6</b>	Exemplos de telas do Jounaline do DAB .....	92
<b>Figura 7</b>	Multiplex do DRM .....	93
<b>Figura 8</b>	Ilustração da ocupação espectral do ISDB-Tsb .....	94
<b>Figura 9</b>	Diagrama do Ecosistema da Radiodifusão .....	105
<b>Figura 10</b>	Infográfico da audiência em rádio – 2017 .....	117
<b>Figura 11</b>	Fluxograma do Processo de Migração AM /FM .....	138
<b>Figura 12</b>	Infográfico de como os brasileiros ouvem rádio .....	141
<b>Figura 13</b>	Capa do site da Rádio Rio Mar .....	169
<b>Figura 14</b>	Interface do aplicativo móvel da Rádio Rio Mar .....	170
<b>Figura 15</b>	Capas do Facebook e do Instragam da Rádio Rio Mar .....	170
<b>Figura 16</b>	Capa do site da Band News Difusora .....	174
<b>Figura 17</b>	Interface do aplicativo móvel da Band News Difusora .....	175
<b>Figura 18</b>	Capas do Facebook e do Instragam da Band News Difusora .....	175
<b>Figura 19</b>	Capa do site da Baré (CBN Amazônia) .....	178



<b>Figura 20</b>	Interface do aplicativo móvel da Baré (CBN Amazônia) .....	179
<b>Figura 21</b>	Capas do Facebook e do Instragam da Baré (CBN Amazônia) .....	179
<b>Figura 22</b>	Capa do Site da Educação Rural de Tefé .....	185
<b>Figura 23</b>	Capa do Facebook da Educação Rural de Tefé .....	186
<b>Figura 24</b>	Mapa do Amazonas: municípios que possuem rádios com outorgas ativas .....	193
<b>Figura 25</b>	Mapa do Amazonas: municípios sem rádios com outorgas ativas .....	194
<b>Figura 25</b>	Diagrama do Ecosistema Radiofônico Autopoiético .....	231



## LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

<b>Tabela 1</b>	Investimentos Publicitários em Meios de Comunicação no Brasil .....	121
<b>Tabela 2</b>	Rádios amazonenses que migraram de AM para FM .....	166
<b>Tabela 3</b>	Rádios do Amazonas – FMs – 2017 .....	190
<b>Tabela 4</b>	Rádios do Amazonas - AMs – 2017 .....	192
<b>Gráfico 1</b>	População Residente e Domicílios em Manaus – 1980 a 2010 .....	44
<b>Gráfico 2</b>	Audiência das rádios de Manaus .....	118
<b>Gráfico 3</b>	Investimentos dos radiodifusores na migração AM FM .....	187





## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b>	Tipos de Modulação .....	73
<b>Quadro 2</b>	Tecnologias e Parâmetros Físicos de Transmissão.....	74
<b>Quadro 3</b>	Características dos Sistemas de Rádio Digital .....	94
<b>Quadro 4</b>	Sistemas de Serviços Comunicacionais no Brasil .....	103
<b>Quadro 5</b>	Segmentos da Emissora de Rádio .....	111
<b>Quadro 6</b>	Formatos de Programação Radiofônica .....	112
<b>Quadro 7</b>	Tipos de Programação .....	114
<b>Quadro 8</b>	Entrevistas realizadas na Pesquisa em Campo .....	165
<b>Quadro 9</b>	Motivos que levaram à migração .....	204
<b>Quadro 10</b>	Reestruturação organizacional .....	208
<b>Quadro 11</b>	Redefinição de estratégias de programação .....	211
<b>Quadro 12</b>	Busca por audiência .....	215
<b>Quadro 13</b>	Utilização de novas mídias .....	217
<b>Quadro 14</b>	Interação com outros meios .....	220
<b>Quadro 15</b>	Interação com as redes sociais .....	221



## LISTA DE SIGLAS

<b>Abert</b>	Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão
<b>Agecom</b>	Agência de Comunicação
<b>AM</b>	Amplitude Modulada
<b>Anatel</b>	Agência Nacional de Telecomunicações
<b>DAB</b>	Digital Audio Broadcasting
<b>DRM</b>	Digital Radio Mondiale
<b>EBC</b>	Empresa Brasil de Comunicação
<b>FM</b>	Frequência Modulada Amplitude Modulada
<b>IBGE</b>	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
<b>IBOC</b>	In-Band On Chanel
<b>ISDB-Tn</b>	Services Digital Broadcasting –Terrestre narrowband
<b>MCTIC</b>	Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações
<b>OC</b>	Ondas Curtas
<b>OT</b>	Ondas Tropicais
<b>Radiobrás</b>	Empresa Brasileira de Radiodifusão
<b>RVS</b>	Redes via Satélite
<b>SBRD</b>	Sistema Brasileiro de Rádio Digital
<b>SBTVD</b>	Sistema Brasileiro de Televisão Digital



# SUMÁRIO

<b>PARTE I: O RÁDIO E A COMPLEXIDADE .....</b>	<b>0</b>
CAPÍTULO 1: INTRODUÇÃO A UM PENSAMENTO COMPLEXO SOBRE O RÁDIO E AMAZÔNIA .....	1
<b>PARTE II: O RÁDIO E O COTIDIANO.....</b>	<b>13</b>
CAPÍTULO 2: CENÁRIOS RADIOFÔNICOS NO AMAZONAS .....	15
2.1 O rádio na dinâmica da cidade .....	21
2.2. O mensageiro das ondas sonoras .....	38
2.3 Amazônia em cores .....	41
2.4 A expansão do dial e o rádio de entretenimento .....	46
CAPÍTULO 3: RÁDIO E O COTIDIANO AMAZONENSE .....	49
3.1 Os sujeitos sociais do rádio .....	55
3.2 O rádio e os grupos sociais .....	57
PARTE III: O RÁDIO E A AUTOPOIESE .....	67
CAPÍTULO 4: O RÁDIO E AS TECNOLOGIAS.....	70
4.1 O rádio hertziano – AM e FM .....	72
4.2 O rádio via satélite .....	79
4.3 O rádio na internet .....	84
4.4 O rádio digital.....	88
CAPÍTULO 5: O ECOSISTEMA DA RÁDIO DIFUSÃO BRASILEIRA.....	101
5.1 A emissora de rádio.....	107
5.2 As empresas radiofônicas .....	120
5.3 Um diagnóstico das emissoras de rádio no Brasil.....	123

CAPÍTULO 6: O BRASIL EM TEMPOS DE MIGRAÇÃO RADIOFÔNICA .....	125
6.1 Migração e sobrevivência .....	127
6.2 Leis que antecedem a migração de AM para FM .....	129
6.3 A migração de AM para FM no Brasil.....	134
6.4 As etapas para a migração de modulação .....	136
6.5 Primeiros ecos da migração.....	142
<b>PARTE IV: O RÁDIO E A MIGRAÇÃO .....</b>	<b>144</b>
CAPÍTULO 7: REFLEXÕES SOBRE O RÁDIO AUTOPOIÉTICO E A MIGRAÇÃO.....	145
CAPÍTULO 8: RESULTADOS E ANÁLISES DA PESQUISA.....	152
8.1 Objetivos da tese.....	156
8.2 Procedimentos metodológicos e protocolo da pesquisa.....	158
8.3 Corpus de Análise .....	164
8.4 Investimentos na Migração AM para FM.....	186
8.5 Análises e resultados observados .....	189
8.6 Considerações sobre a migração AM / FM no Amazonas .....	222
<b>PARTE V: O RÁDIO E AS CONEXÕES .....</b>	<b>232</b>
CONCLUSÃO SOBRE O RÁDIO MIGRADO NO AMAZONAS E SUAS CONEXÕES EM MEIO AO ECOSISTEMA .....	233
REFERÊNCIAS .....	241
ANEXOS.....	253
APÊNDICES.....	266





## PARTE I: O RÁDIO E A COMPLEXIDADE

“Em uma aceleração constante, esta visão do mundo, esta concepção do ser, do real, está desaparecendo. Não somente os mitos eclipsados recobrem os mitos de ontem e fundam o epistema de hoje, mas ainda os sábios na ponta dos saberes da natureza ou do homem tomam consciência da relatividade constitutiva das verdades científicas, e da realidade perene do mito. O mito não é mais um fantasma gratuito que subordinamos ao perceptivo e ao racional. É uma res real, que podemos manipular para o melhor e para o pior.”

Gilbert Duran

## **CAPÍTULO 1: INTRODUÇÃO A UM PENSAMENTO COMPLEXO SOBRE O RÁDIO E AMAZÔNIA**

A capacidade de adaptação do rádio a tensões o coloca entre os sistemas que, continuamente, buscam encontrar seu lugar em meio às transformações tecnológicas. Quando do advento da televisão, realinhou seu modelo de programação. Na era da convergência, adentrou o ciberespaço e incorporou-se à linguagem da internet.

Esse novo momento trouxe outro desafio ao rádio: integrar um sistema digital próprio, a fim de modernizar sua tecnologia de transmissão. Uma realidade que já faz parte de outros países, o Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD) não passou da fase de testes. Até o momento, nenhum dos modelos já testados demonstrou eficiência técnica capaz de atender às necessidades básicas definidas pela legislação nacional.

Bianco e Esch (2010) divulgaram os resultados de um estudo realizado pelo Laboratório de Pesquisa em Políticas de Comunicação da Universidade de Brasília (Lapcom) que avaliou as condições técnicas das emissoras de rádio brasileiras com o objetivo de verificar sua adaptabilidade ao padrão de transmissão digital sonora terrestre. Os resultados apontaram que o setor precisaria investir muito para se adequar aos padrões do digital, o que demandou urgente modernização das emissoras.

A pesquisa contemplou 6.338 emissoras de rádio, sendo 39% AM, 60% FM e 1% OC e OT, o equivalente a 80% das rádios brasileiras localizadas nas regiões Sul e Sudeste. A maior parte dessas emissoras é de porte pequeno e médio, contendo, em média, de sete a oito salas. Estas estão divididas nos departamentos de direção, produção de estúdios, administrativo, técnicos e transmissão. Do total de emissoras pesquisadas, 74% não integram rede por satélite; 25% estão em rede, sendo apenas 13% cabeças de rede.

O levantamento indicou que o perfil de programação predominante é o musical, com pouca produção de conteúdo. Este último é dependente da desenvoltura de seus comunicadores, o que pode estar relacionado ao fato de que 41% das emissoras não têm, em seus quadros, jornalistas graduados. Apenas 35% das emissoras disseram ter

produtores com formação superior. O número de profissionais nessas emissoras, em média, não passa de três.

O diagnóstico também indica que 77% das emissoras pesquisadas apresentam sites na web e que 95,36% delas contam com acesso à internet. A maioria das rádios opera com sistemas de automação, trabalha com a produção de conteúdo digitalizada e o computador divide espaço com equipamentos analógicos. Porém, 37% dessas emissoras operam com transmissores valvulados; a maior concentração está em emissoras das regiões Nordeste (24%), Sul (26%) e Sudeste (37%). A pesquisa comprovou a necessidade de um plano de desenvolvimento e modernização para o setor.

Diante da indefinição do modelo de rádio digital, pressões de radiodifusores levaram o Governo Federal a publicar o Decreto Nº 8.139<sup>1</sup> de 7 de novembro de 2013 – que estabelece os critérios para a migração das emissoras de Amplitude Modulada (AM) para Frequência Modulada (FM), o que proporciona o mínimo de modernização à radiodifusão brasileira, permitindo um nivelamento diante dos problemas que atingiam o negócio, como a queda da audiência e dos investimentos em publicidade.

De acordo com a Pesquisa Kantar Ibope Media<sup>2</sup> (2015-2017), de 2014 a 2016, os investimentos em publicidade no rádio se mantiveram baixos e praticamente estagnados, fato que impossibilita inovações no meio. Enquanto em 2014, os investimentos de publicidade em rádio representaram 4% do total, os investimentos em publicidade na TV aberta chegaram a 61%. Em 2016, o percentual de investimento publicitário em rádio caiu para 3,8% do total. No mesmo ano, a TV aberta ficou com 55,1% dos investimentos. Como pode ser observado, os investimentos em publicidade na TV também apresentaram queda.

O segmento Book Rádio<sup>3</sup>, da Pesquisa Kantar Ibope Media (2015-2017), traz dados interessantes sobre o comportamento do consumidor de rádio. De 2015 a 2017, a audiência do rádio se manteve alta, sendo 89% e 87%, respectivamente nos dois anos, na contramão dos investimentos publicitários. Em 2015, a pesquisa indicava que o público

---

<sup>1</sup> BRASIL. Decreto nº 8.139 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. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 7 nov. 2013. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d8139.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d8139.htm)>. Acesso em 20 jun. 2016.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/>. Acesso em 20 out 2017.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/conteudo/dados-rankings/audiencia-de-radio/>. Acesso em 20 out 2017.

predominante tinha de 30 a 39 anos (28%). No segundo semestre de 2017, foi identificado que entre os jovens da faixa de 15 a 19 anos, 91% ouve rádio – apontando, assim, a necessidade de adequações para um novo público que emerge.

Nota-se que, mesmo diante de uma considerável audiência, o rádio não conseguiu, nesse período, atrair investidores que pudessem melhorar os índices de publicidade, que influenciam no faturamento das emissoras. Diversos fatores aquém da audiência podem ter influenciado nesse comportamento dos anunciantes, inclusive a convergência para outros meios da era digital. Diante disso, a migração também representava um fato novo na dinâmica das emissoras, colocando o rádio em evidência diante do mercado.

O Sistema Mosaico da Anatel (2017) indica que, no Amazonas, há 65 emissoras de rádio ativas, sendo 24 AMs e 41 FMs. Do total de 62 municípios amazonenses, 37 não contam com rádios ativas. Entre os que têm emissoras ativas, Manaus concentra a maior parte: 17 FMs e quatro OMs. Já as cidades de Alvarães, Anori, Atalaia do Norte, Autazes, Barreirinha, Benjamin Constant, Careiro, Fonte Boa, Iranduba, Maués, Presidente Figueiredo, São Gabriel da Cachoeira e Tabatinga têm uma emissora FM em operação, cada uma.

Os outros municípios que também têm rádios de Frequência Modulada ativas são: Coari, Itacoatiara, Manacapuru e Parintins, com duas emissoras operando em FM, e Tefé, que tem três emissoras ativas nessa modalidade. Do total de emissoras FMs do Amazonas, sete são educativas, e as demais (41) são comerciais.

Depois da publicação do decreto de migração, 12 rádios do Amazonas solicitaram mudança para FM. São elas: em Manaus, a Empresa Brasil de Comunicação S.A (EBC / Rádio Cultura), Fundação Boas Novas (FBN / Rádio Boas Novas), Rádio Baré (CBN Amazônia), Rádio Difusora do Amazonas e a Rádio Rio Mar LTDA; no município de Tefé, a Fundação Dom Joaquim; no município de Parintins, a Fundação Evangelli Nuntiandi e a Rádio Clube de Parintins; no município de Itacoatiara, a Rádio Difusora de Itacoatiara; no município de Manacapuru, a Rádio Jutanópolis de Manacapuru LTDA. e a Rádio TV do Amazonas (Princesa do Solimões); no município de Humaitá, a Rádio Vale do Rio Madeira.

A expectativa é que até 2023, 1.781 emissoras do País deixem a modalidade AM e passem a operar em FM. O decreto de migração orienta o processo de mudança de modulação, que consiste na devolução da outorga de AM e na assinatura de um termo

aditivo que permite a troca para FM. Essa alteração sempre dependeu de vontade política, uma vez que o próprio Congresso Nacional é quem detém o poder de definir as questões que envolvem o Sistema Brasileiro de Radiodifusão, no qual estão inseridos o rádio e a televisão.

A empresa de radiodifusão sonora que desejar migrar precisa atender a requisitos e se submeter a uma série de etapas até chegar à tão aguardada modernização. Os investimentos, calculados de acordo com índices econômicos das cidades brasileiras nas quais as emissoras estão situadas, foram direcionados a questões de infraestrutura técnica e jurídica.

O processo de migração de AM para FM envolve, sobretudo, aspectos multidisciplinares, visto que dispõe, ainda, de características administrativas, econômicas e culturais. Essa dinâmica multidisciplinar pode ser compreendida à luz da Teoria da Complexidade, que entende que as partes não podem ser isoladas do todo, visto que a parte está no todo e vice-versa (MORIN, 2011, p.8).

A complexidade da migração está em tirar as emissoras do sistema AM e realocá-las no FM, a fim de promover adequações inerentes à modernização do rádio. Entende-se o rádio como negócio, e meio tecnológico e expressivo de comunicação, que se estrutura por meio das estratégias mercadológicas adotadas pelas emissoras. Diante desse contexto, fez-se necessário buscar resposta para o problema: como as emissoras de rádio do Amazonas se utilizarão da migração de AM para FM para se adaptar ao ambiente da convergência tecnológica?

O obsolescimento do AM levou a intuir que as emissoras decidiram migrar como estratégia de sobrevivência por meio da modernização, reverberando na melhora da qualidade da tecnologia de transmissão, que influencia na forma de gerir o negócio, na redefinição de estratégias e na qualidade do conteúdo.

Outra suposição foi que as emissoras redefiniriam sua programação, para dar dinamicidade à linguagem, melhorar a interatividade e a qualidade dos programas, que devem estar mais direcionados a atingir o perfil de audiência. Acreditava-se que esse conjunto de estratégias aumentaria o interesse dos anunciantes.

Imaginava-se que outra estratégia direcionada à audiência se daria nas plataformas multimídia, onde a emissora pode interagir com outros meios, utilizando a

tecnologia como suporte para distribuição de conteúdo em diferentes formatos e linguagens.

Uma quarta hipótese seria que a migração promoveria a reestruturação organizacional das emissoras, pela modernização de sua infraestrutura, melhorando a tecnologia de transmissão e reorganizando os profissionais e suas atribuições dentro do ambiente de convergência, para atender às exigências impostas à atuação em FM.

Diante dessas possibilidades, acreditava-se que as emissoras se adequariam aos novos modelos de negócio, apresentados no contexto da economia globalizada, buscando no mercado padrões que têm obtido resultados dentro das propostas de convergência.

Esta tese teve como objetivo compreender a complexidade da migração das emissoras de rádio amazonenses de AM para FM e suas adaptações ao ambiente da convergência tecnológica. Entende-se que a complexidade não é a resposta, mas o problema a ser desvelado. “A complexidade é efetivamente o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos, que constituem nosso mundo fenomênico” (MORIN, 2011, p.13).

A complexidade consiste no entendimento do simples e do complexo como parte do todo e o todo da parte; aponta a necessidade de pensar no contraditório, encontrar o ponto de equilíbrio entre a ordem, a desordem e a organização. “A diversidade organiza unidade que organiza a diversidade” (MORIN, 1977, p.112).

Para compor a tese, optou-se pela realização da Pesquisa Exploratória sistematizada por meio do Estudo de Casos Múltiplos (YIN, 2015). Os procedimentos metodológicos e protocolo da investigação foram constituídos em etapas que contemplaram os objetivos específicos:

- Levantamento de dados para o estudo por meio de referenciais bibliográficos, pesquisas documentais e da legislação que rege a radiodifusão sonora brasileira;
- Investigação do processo de migração e o que envolveu cada uma das etapas;
- Verificação das rádios amazonenses que solicitaram a migração para o acompanhamento das etapas até a conclusão;
- Definição das unidades e dos critérios a serem analisados na pesquisa;
- Realização de pesquisa em campo para as verificações do processo por meio do contato com quem estava vivendo a migração na prática;

- Elaboração de relatórios da pesquisa em campo e cruzamento dos resultados observados;
- Interpretação das adaptações das emissoras migradas ao ambiente da convergência tecnológica.

Maturana e Varela (2004) explicam que produtor e produto, observador e observado não podem estar separados no funcionamento dos seres vivos (ecossistema). No caso desta pesquisa, o pesquisador não poderia estar separado da realidade observada. Isso explica a escolha do método de pesquisa exploratória, com a busca por informações em campo.

Os critérios investigados foram: os motivos que levaram à migração, reestruturação organizacional, redefinição das estratégias de programação, busca por audiência e utilização de novas mídias agregadas ao rádio. As informações foram dispostas em questionários semiestruturados, utilizados na fase de campo, nas entrevistas com gestores das emissoras e profissionais que atuaram ou estão atuando no rádio.

O corpus de análise foi constituído por cinco das 12 emissoras de rádio que solicitaram a migração no Amazonas: Rádio Difusora (Band News), Rádio Rio Mar, Rádio Baré (CBN Amazônia), Rádio Princesa do Solimões e Rádio Educação Rural de Tefé. A definição das emissoras tomou como base as rádios que finalizaram o processo de migração até julho de 2017.

Nota-se que das 12 emissoras que solicitaram mudança de modulação, seis têm sede em Manaus, que é a capital do Amazonas. Do total de emissoras que conseguiram concluir a migração até julho de 2017, três rádios ficam na capital (Difusora / Band News; Rio Mar e Baré / CBN Amazônia). As outras duas emissoras (Princesa do Solimões e Educação Rural de Tefé) também têm forte ligação com Manaus. Diante disso, é preciso entender como está o interesse pelo meio sonoro na cidade.

A Action Pesquisa de Mercado<sup>4</sup> (2017) identificou que as rádios de maior audiência em Manaus são a Difusora FM (31,9%), Mix FM (20%) e Nativa FM (13,1%), que atuam no entretenimento. Do potencial de ouvintes entrevistados, 79% tem mais de 15 anos. Essa expressividade é consonante com a representatividade dos jovens na população da capital, já que 1,4 milhões de manauenses têm mais de 15 anos (IBGE, 2017).

Em 2016, Manaus chegou a ter 3 milhões e 857 mil pessoas residindo em domicílios. O consumo do celular por um morador ocorria em 87,8% desses domicílios.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <http://duranguoduarte.pesquisa365.com.br/2017/pesquisa-opiniao-audiencia-de-radio.pdf>. Acesso em 20 out 2017.

Os manauenses que acessavam a internet chegavam a um total de 56,8% dos domicílios. O acesso à internet via celular predominava em 98% do total (IBGE, 2017). Esses dados demonstram que a população que consumia internet via celular é expressiva e tem potencial para consumir rádio via aplicativos móveis, se já não estiver usando para esse fim.

Atualmente, 120 milhões<sup>5</sup> de brasileiros estão conectados à internet, o que leva o País ao quarto lugar no *ranking* mundial<sup>6</sup>, conforme dados do relatório da economia digital da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento. No período de 2012 a 2015, o crescimento médio do acesso à internet foi de 3,5%. E brasileiros chegam a utilizar 40 aplicativos móveis por mês, sendo que a média é de 12 Apps ao dia.

Sobre o consumo de Apps, a Sociedade Brasileira de Consumo e Varejo<sup>7</sup> divulgou que o uso por brasileiros aumentou de 37% para 58%, entre setembro de 2016 e setembro de 2017. Os segmentos que mais se destacam entre os preferidos dos brasileiros são transporte (99, Uber e *Cabify*), entrega de refeição, reserva de quarto de hotel ou apartamento. Esses indicadores demonstram como os hábitos de consumo do brasileiro têm aderido às tecnologias digitais em ritmo acelerado. A comodidade e a praticidade se tornaram prioridade nos dias atuais. Portanto, o rádio precisa se adaptar à realidade e seguir migrando para convergir para as novas plataformas.

As investigações sobre a complexidade envolta na migração do rádio AM para FM, como fenômeno estudado, suscitaram respostas das ciências naturais e sociais, mas o segredo do método não são as respostas, e sim as descobertas. Assim, esta tese justifica-se por tratar de um fenômeno emergente, cujo futuro é salutar prospectar, compreendendo as alterações do ecossistema da radiodifusão sonora no Brasil e seus impactos na sociedade local, nas partes e no todo, na complexidade.

Na perspectiva das ciências sociais, Jansen (1969) avalia a migração como um problema multidisciplinar que envolve fatores demográficos, políticos, econômicos, entre outros. Já no paradigma evolucionista<sup>8</sup>, Townsend (2010, p.196) explica que a migração é a luta pela subsistência, provocada por tensões do ambiente, como a busca por alimento

---

<sup>5</sup> AGÊNCIA BRASIL. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-10/relatorio-aponta-brasil-como-quarto-pais-em-numero-de-usuarios-de-internet>. Acesso em 20 out 2017.

<sup>7</sup> SBVC. Disponível em: <http://sbvc.com.br/brasil-uso-aplicativos/>. Acesso em 20 out 2017.

<sup>8</sup> DARWIN, Charles. A Origem das Espécies. Tradução de Ana Afonso. Lisboa: Planeta Vivo, 2009. (1859)



ou proteção nas variações climáticas. Nessa visão evolucionista, a migração também é necessária para fortalecer a espécie e levá-la a evoluir.

Maturana e Varela (2004) divergem da teoria da evolução por defenderem a ideia de que o modelo da vida é o modelo da rede autorreferente, no qual o conhecimento e a vida se retroalimentam como sistemas autopoieticos, em uma unidade feita de múltiplas interdependências. E quando passam por instabilidades ou uma dimensão do sistema é modificada, o organismo como um todo passa por mudanças correlativas em muitas dimensões ao mesmo tempo.

A chave para compreensão da migração não está na teoria da evolução; mas sim, na autopoiese (MATURANA E VARELA, 2004). Portanto, está na complexidade que é a autopoiese. Logo, a migração é a própria complexidade. O problema crucial é o do princípio organizador do conhecimento. E o que é vital hoje não é apenas aprender, não é apenas reaprender, não é apenas desaprender, mas sim, reorganizar o sistema mental, para reaprender a aprender (MORIN, 1977, p.26).

Esta tese também retoma discussões dos estudos de Mafra (2011) e Moura (2015), que definem o rádio como um sistema vivo autopoietico. Este sistema se transforma continuamente para sobreviver aos novos tempos. Pelo processo de autopoiese, o rádio se autorrefencia e auto-gera como parte de sua reestruturação complexa, em meio ao ambiente da internet. O fenômeno torna-se possível pela autorreferência de dados aos acoplamentos estruturais que faz com outros sistemas também disponíveis na internet.

Este estudo apresenta a migração como um processo de passagem para a convergência tecnológica. Jenkins (2009) afirma que a convergência é o fluxo de conteúdos por meio de múltiplas plataformas de mídia. Também acredita que a convergência não envolve apenas tecnologia, mas associa a um novo modo de pensar, e complementa, ao avaliar que é, ainda, uma forma de cooperação de múltiplos mercados fomentados pelo comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, em busca de novas experiências, constituindo, assim, uma nova cultura.

As reflexões buscam suscitar debates sobre adaptações do rádio, pois “se a complexidade não é a chave do mundo, mas o desafio a enfrentar, por sua vez o pensamento complexo não é o que evita ou suprime o desafio, mas o que ajuda a revelá-lo, e às vezes mesmo a superá-lo” (MORIN, 2011, p.8).

Esta pesquisa se utiliza dos estudos sobre ecossistemas comunicacionais – área de concentração do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM) da Universidade Federal do Amazonas (Ufam) – colocando o meio sonoro como um sistema integrante do ecossistema da comunicação (MAFRA, 2011; MOURA, 2015).

Na Amazônia, os fenômenos comunicacionais compõem sistemas que precisam ser compreendidos sob a perspectiva da multidisciplinaridade. Os estudos comunicacionais convergem com os processos socioculturais, que por sua vez é área de concentração do Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura na Amazônia (PPGSCA/Ufam), que busca na Teoria da Complexidade o entendimento das dinâmicas advindas das transformações dos processos da comunicação.

A multidisciplinaridade do PPGSCA constitui uma rede de conexões (CAPRA, 2005). Entende-se que as rádios amazonenses, enquanto parte de um sistema maior – o da radiodifusão sonora brasileira – também se reconfiguram num processo autopoietico. As tensões da migração provocam movimentos de interação com outros sistemas e plataformas e, conseqüentemente, com novas linguagens, até que se chegue a um realinhamento do que seria o rádio na era da convergência.

Diante das características do objeto e do ambiente no qual ele está inserido, esta tese se utilizou da complexidade para compreender os fenômenos que envolvem a migração do rádio AM para FM, no Amazonas. O objeto, o rádio, perpassa a história amazonense desde meados dos anos 1920, modificando-se junto com a sociedade local e, nela, adquirindo as características peculiares dos sujeitos sociais que a compõe.

Do mesmo modo, o ambiente amazonense, como parte do grande ecossistema amazônico, instiga pesquisas. O Amazonas, dentro de sua organização sociocultural, ambiental e econômica é composto por diversos sistemas que interagem uns com os outros, se utilizando da parte ou do todo para sobreviverem às tensões locais. Diante dessa complexidade, é possível verificar disparidades quanto ao uso e transformações do rádio dentro da geografia amazonense.

A Teoria dos Estudos Culturais (MARTINO, 2009, p.242) explica que esse uso das mensagens dos meios de comunicação pelo receptor se dá de forma ativa. Nesse sentido, o rádio não é absoluto nas decisões das pessoas. Entende-se que o receptor apreende a mensagem e articula seu uso em conformidade com os demais elementos que compõem a sua vida, de acordo com sua própria vontade e decisões conscientes.

Tanto que cada grupo social usará as mensagens do rádio alinhando-as aos seus interesses do dia a dia.

Há um paradoxo entre as formas de se utilizar o rádio no interior e nos centros urbanos do Amazonas, como a capital, cuja dinâmica tem variações de metrópole sem ocultar as sutilezas das comunidades. Assim, nesse ambiente urbano complexo, há de se perceber que o rádio multimídia convive com as vozes dos alto-falantes. A dinâmica desse ecossistema tem explicação na própria complexidade regional e suas variações.

No interior, há nuances do rádio tribal (MCLUHAN, 2005), cujos efeitos sensoriais podem ter mais profundidade em razão das singularidades dos povos que habitam a floresta amazônica. Enquanto na capital há predominância do rádio convergente, nas comunidades, as adversidades forçam o surgimento de variações do meio sonoro que pode ser ouvido em diferentes plataformas, on-line ou off-line: a partir de um alto-falante instalado num poste; do celular, por meio de um áudio enviado via WhatsApp ou, ainda, de um aparelho que consiga conectar um pen drive, dispositivo digital que não necessita de conexão com a internet.

A migração do rádio amazonense da tecnologia AM para FM abre possibilidades para conexões em redes e faz o rádio se retroalimentar em meio ao grande ecossistema da comunicação mundial, por meio de nós que conectam a todo tipo de saberes, tecnologias, experiências, ciências, culturas e outras multiplicidades. O rádio está no mundo e o mundo está no rádio, no tempo de convergência, que conectou todos em uma aldeia global como profetizado por McLuhan (2005).

A migração representa essa transição para o digital e reaviva as esperanças das emissoras amazonenses que começam a prospectar novos investimentos publicitários; modernização organizacional; possibilidades de novos negócios; mais qualidade técnica e a convergência do rádio que, nesse novo contexto, passa a se estender para dispositivos móveis.

Em contrapartida, há uma séria questão a ser discutida no Amazonas. Como os valores das outorgas continuam elevados, algumas emissoras não têm como custear o processo de migração, e podem desaparecer quando as ondas AM forem desativadas definitivamente – fato que precisa ser discutido urgentemente, considerando a relevância do rádio no contexto socioeconômico e cultural do Estado.

O relatório desta tese está sistematizado e disposto em partes, de modo a apresentar o percurso teórico conforme as nuances do pensamento complexo e do problema estudado, que se estruturam na multidisciplinaridade das ciências, em que o todo está nas partes e as partes estão no todo.

A Parte I, O rádio e a complexidade, apresenta o Capítulo 1: Introdução a um pensamento complexo sobre o rádio e Amazônia, que traz os elementos que estruturam a sistemática da pesquisa: a contextualização do tema e sua delimitação; a definição do objeto de estudo; apresenta-se o problema, as hipóteses, os objetivos geral e específicos; corpus de análise, além dos procedimentos metodológicos e protocolo de pesquisa que conduziram os estudos.

Na Parte II, a fundamentação teórica demonstra o rádio no contexto: O rádio e o cotidiano. A estrutura se divide em Capítulo 2: Cenários radiofônicos no Amazonas e Capítulo 3: Rádio e o cotidiano amazonense. Essa parte apresenta os ambientes amazonenses que se desenharam ao longo da trajetória do rádio no Estado, mostrando como o meio se desenvolveu enquanto tecnologia e sujeito social. Mostra, ainda, as interconexões estabelecidas entre o rádio e outros setores, como o cinema e a economia.

Na Parte III, O rádio e a autopoiese, estão inseridos os capítulos 4, 5 e 6. Essa seção apresenta o rádio enquanto sistema vivo autopoietico, que se reconfigura a partir da sua própria estrutura. O Capítulo 4, O rádio e as tecnologias, apresenta as tecnologias de transmissão do rádio, destacando a trajetória do meio sonoro a partir dessas tecnologias e as possibilidades de cada uma delas. O Capítulo 5, O ecossistema da Radiodifusão Brasileira, apresenta como esse ecossistema se constituiu, destacando as legislações que regulamentam seu funcionamento; explica o que é uma empresa radiofônica e como esta se constitui, além de destacar um estudo que trouxe um diagnóstico das emissoras de rádio no Brasil. O Capítulo 6, O Brasil em tempos de migração radiofônica, aprofunda as discussões em torno da migração do rádio AM para FM, destacando leis que regem a radiodifusão brasileira. O capítulo também apresenta as etapas que constituem o processo de migração, como as adequações e assinaturas de documentos; os resultados já obtidos com a migração e as possibilidades que a fenômeno suscita.

A Parte IV, O rádio e a migração, reúne os capítulos 7 e 8. O Capítulo 7, Reflexões sobre o rádio autopoietico e a migração, traz reflexões sobre as origens do rádio e sobre as evoluções das tecnologias de transmissão do meio sonoro, apresentando conceitos

ligados à autopoiese e à convergência das mídias. O Capítulo 8, Resultados e análises da pesquisa, apresenta a inferência dos resultados da tese e os resultados e análises da pesquisa. Nesse capítulo, são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados na tese. Também se discorre sobre os resultados observados. As análises são realizadas com base nos cinco critérios investigados na migração. Essa parte destacou, ainda, os investimentos feitos pelas emissoras em processo de migração. E, por último, foram expostas considerações sobre a migração AM / FM.

A Parte V, O rádio e as conexões, retoma os conceitos aplicados ao longo do desenvolvimento da tese, argumentando como o rádio se conecta aos demais componentes do ecossistema. Essa parte traz a Conclusão sobre o rádio migrado no Amazonas e suas conexões em meio ao ecossistema. Aqui são descritos impactos da migração para as emissoras que migraram e ao ecossistema radiofônico amazonense. As hipóteses são retomadas, para que se tenha uma ideia de suas confirmações e/ou refutações. Por fim, o texto explica as contribuições do estudo e apresenta propostas feitas a partir do entendimento do todo da pesquisa.

Essa estrutura facilita o entendimento em visão ampliada e ao mesmo focada. Com isso, mostra-se como o rádio se apresenta no contexto amazonense, na interação com os demais componentes dos ecossistemas. A intenção também é apresentar os contextos da migração no Brasil, destacando o ambiente amazonense para análises e interpretações.

## **PARTE II: O RÁDIO E O COTIDIANO**

“O rádio é a voz, o rádio é a política, o rádio é a escola, o rádio é a feira, o rádio é o hospital, o rádio é a religião, o rádio é a Amazônia. Basta que para isso tenham aparatos dos mais simples aos mais tecnológicos e que tenha gente disposta a escutar as mensagens, sendo pelas ondas eletromagnéticas das emissoras comerciais, comunitárias ou pelos alto-falantes dispostos em postes ou em torres que ecoam em meio à floresta.”

Edilene Mafra & Gilson Monteiro

Esta seção apresenta o cenário no qual se passa o fenômeno a ser estudado nesta tese, a migração do rádio AM para FM no Estado do Amazonas. O intuito é destacar peculiaridades da região, bem como o papel do rádio no desenvolvimento regional e no cotidiano amazonense.

O referencial teórico contempla autores clássicos e contemporâneos da Amazônia, como Batista (2007), Benchimol (2009), Barbosa (1980, 2015) e Nogueira (1999). Também traz memórias de autores que registraram a história do Amazonas, além de entrevistas realizadas com gestores e profissionais do rádio amazonense. Pretende-se demonstrar a relação do meio sonoro com a realidade amazônica.

A popularização do rádio no Brasil, a partir dos anos 1920, influenciou a dinâmica social em diferentes aspectos: nos campos da cultura, ciência, tecnologia, economia, política, entre outros. O meio sonoro contribuiu com a difusão de informações, entretenimento e serviços de utilidade pública – embora, em sua trajetória, o rádio também venha sendo utilizado como meio para manipulação de massas.

A linguagem imprimida inicialmente no rádio brasileiro indicava que o meio seria utilizado como ferramenta para a educação. Com o passar do tempo, as experiências amadoras, a necessidade de audiência das emissoras e os impactos tecnológicos forjaram os novos modelos de fazer rádio no Brasil.

No Amazonas, o rádio surgiu estatal, para fortalecer as relações comerciais por meio de uma rede de comunicação entre Manaus e outras cidades, logo após o declínio da borracha na Amazônia. Sua expansão, no entanto, se deu a partir de necessidades peculiares da região, ocasionadas, em sua maioria, pelas dinâmicas amazônicas, onde há sistemas próprios no que diz respeito ao transporte, economia e ocupação do espaço.

Contribuiu para isso, a ineficiência de outros meios de comunicação que não atendiam aos anseios da população. Nessa época, nem mesmo o Correio chegava aos lugares mais isolados do Amazonas. Pela oralidade, o rádio seduziu os amazonenses de tal modo que sua presença está cravada nas páginas dos livros que rememoram as histórias de vida das pessoas que passaram a infância em Manaus, nos anos 1940, 1950, 1960 e assim por diante.

O rádio tornou-se, inicialmente, uma ferramenta de contato entre as comunidades – com poder expansivo de comunicação, por se aproximar das características do telefone, devido ao alcance a longas distâncias, e da carta, por uma linguagem intrinsecamente pessoal, lembrando uma conversa entre parentes ou amigos, tendo como característica principal a oralidade, com aspectos tipicamente regionais.

Diante disso, pretende-se resgatar aqui essa intimidade do rádio com o cotidiano amazônico, destacando: O rádio na dinâmica da cidade, que apresenta particularidades do desenvolvimento do meio sonoro paralelamente à história econômica e sociocultural do Estado, principalmente de Manaus; O mensageiro das ondas sonoras, que destaca o papel dos avisos de rádio em uma fase do meio sonoro, no Amazonas; A Amazônia em cores, que demonstra como a implantação da televisão no Estado levou o rádio amazonense a se reinventar e A expansão do *dial* e o rádio de entretenimento, que mostra como se deu a expansão das emissoras FM no Estado e seus impactos na forma de fazer rádio.

## **CAPÍTULO 2: CENÁRIOS RADIOFÔNICOS NO AMAZONAS**

As intensas mudanças sociais e econômicas que ocorreram no Amazonas a partir da segunda metade do século XIX e início do século XX, em parte, são atribuídas ao ciclo da borracha – momento econômico que teve seu apogeu entre 1880 e 1912 (BENCHIMOL, 2009, p.238). A partir desse período, os estados da Amazônia, especialmente Amazonas e Pará, passaram a experimentar fluxos migratórios variados e desordenados.

Com o ciclo da borracha, estabeleceu-se a exploração da mão de obra do seringueiro e recaiu sobre o Amazonas o interesse internacional. A riqueza extraída da floresta transferiu da Europa os padrões culturais, tecnológicos e econômicos, experimentados somente por parte da elite que residia nas capitais, enquanto nas cidades do interior da Amazônia se vivia uma dura realidade.



Esse ciclo constituiu de qualquer maneira, uma grande transformação na vida da Amazônia brasileira, em todos os sentidos, representando com segurança o nosso capítulo de grandeza e miséria. A ele devemos a ocupação da terra, o desalojamento dos últimos sequestros de navios, a febre do ouro que empolgou a população, A Revolução Acreana, crueldades inomináveis, mortes por assassinatos ou por doenças mais ou menos evitáveis, desperdício, loucuras e sobretudo um saldo de pobreza indescritível para a grande massa populacional, que se estendeu a todas as amazônias, mas foi profunda no interior, onde o homem sempre viveu no meio de grandes limitações (BATISTA, 2007, p. 172).

Na fase áurea da borracha, Manaus tornou-se uma cidade cosmopolita, o que lhe rendeu, entre outros sinônimos, o de Paris dos Trópicos, devido às riquezas que brotavam dos seringais e que superaqueciam a economia mundial, movimentando aproximadamente 40% da economia do País.

A paisagem urbana da capital foi substituída por uma infraestrutura comparada às das grandes metrópoles europeias. A cidade passou a contar com iluminação pública, bondes eletrificados e até arquitetura pré-moldada na Europa, como o Teatro Amazonas e o prédio da Alfândega (NOGUEIRA, 1999, p.33).

Esplêndida e efêmera, a fase áurea da borracha escorreu pelas mãos do governo e dos empresários. Com o cultivo de seringueiras na Malásia, a economia do látex declinou na Amazônia e, na segunda década do século XX, passou a ser inexpressiva. As lideranças locais perderam prestígio, ficando dependentes do Governo Federal, que arcava com as safras de borracha em estoque (BENCHIMOL, 2009, p. 253).

Poucos anos depois do fim do apogeu da borracha, em 7 de setembro de 1922, a cidade do Rio de Janeiro recebia líderes políticos e empresários dos estados brasileiros para os festejos do Centenário da Independência, evento em que houve a primeira exposição pública do rádio no País.

Federico (1982, p.33) relata que foram espalhados alto-falantes para que os convidados pudessem ouvir o discurso do presidente Epitácio Pessoa. Diante do investimento feito pela *Westinghouse Electric Corporation* para expor os aparatos, era notória a estratégia da empresa para difundir seus produtos aos potenciais investidores. Na época, os Estados Unidos já viviam grandes experiências radiofônicas.

Para esse evento foi usada estação de 500 whatts, instalada no morro do Corcovado pela empresa Westinghouse Electric Interternational, que possibilitou a transmissão também para Niterói e Petrópolis, ambas no Rio de Janeiro, e São Paulo (SP). Houve, ainda, a importação de 80 receptores de rádio especialmente para a data, sendo que alguns foram instalados em praças públicas dessas cidades (PRADO, 2012, p.51)

Apesar de ter sido apresentado durante os festejos do Centenário da Independência, o rádio brasileiro teve seus primórdios no Recife, em Pernambuco, com o experimentalismo da Rádio Sociedade Clube de Pernambuco, fundada em 6 de abril de 1919. “Sociedade civil legalmente organizada, com estatutos sociais aprovados e publicados, e que, evoluindo normalmente na década de 30 para sociedade anônima, nunca interrompeu suas atividades” (CAMELO, 2012, p.11).

O fato de a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada em 1923, estar em um dos maiores centros urbanos do País, lhe conferiu maior notoriedade e o título de primeira rádio brasileira por muitos anos. Criada pelos cientistas Henrique Morize e Roquete-Pinto, a emissora carioca nasceu na Academia Brasileira de Ciência e se tornou símbolo do rádio educativo no País.

Em muitos estados brasileiros, o início da radiodifusão sonora está mesmo ligado ao campo do experimentalismo das sociedades radiofônicas, constituídas por estudiosos e curiosos do radioamadorismo. Essa primeira fase, da curiosidade, foi motivada pelo idealismo associado aos conhecimentos em tecnologia, já que o País ainda não tinha estações transmissoras (FEDERICO, 1982, p. 33).

No Amazonas, as primeiras experiências do radioamadorismo surgiram com os aparelhos de galena, que captavam sinais radiofônicos periféricos, antes da implantação da primeira emissora, a Voz de Manaós. Pelo mesmo motivo que no restante do País, esses aparelhos preenchiam os lares daqueles desprovidos de recursos para importar receptores. Além disso, os radiófilos sentiam-se orgulhosos em ouvir um aparelho construído por suas próprias mãos.

Entre os que mais contribuíram para a proliferação de receptores artesanais de rádio, nesta fase, destacou-se o jovem Manoel Bastos Lira, um técnico que, sem formação específica, conferiu fôlego à radiodifusão sonora quando o rádio buscava atingir camadas populares, graças a um talento inato bastante seletivo, o de fabricar receptores de rádio. Aos 13 anos, ainda cursando o ginásio e antes da Voz de Manaós ensaiar seus primeiros passos, começou a montar seus receptores de galena, uma inclinação incentivada pelo pai, químico sempre atento às inovações técnicas de sua época (NOGUEIRA, 1999, p. 49).

Manoel Bastos Lira<sup>9</sup> teve formação científica, com conhecimento amplo nas ciências exatas e naturais. Foi o único amazonense do grupo que organizou e instalou o Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (Inpa). Foi, ainda, farmacêutico, bioquímico e químico industrial, além de professor e pesquisador da área de saúde. A história de Bastos Lira reforça que a forma como o rádio foi introduzido no Amazonas se assemelha ao restante do Brasil, no que diz respeito à relação entre o meio e a ciência.

Em diferentes estados, os radiófilos que fizeram os primeiros experimentos para a introdução da tecnologia radiofônica eram estudiosos ávidos em descobrir novas formas de expandir a comunicação. Muitos deles buscavam sócio-investidores que acreditassem no poder do meio que surgia.

O evento dos festejos do Centenário da Independência representou um marco para alavancar ainda mais as experiências que já estavam ocorrendo em diversas partes do País, e um impulso para que os estados experimentassem a nova tecnologia. Durante a comemoração, empresários de todo o Brasil realizaram exposições de seus produtos.

Diante da crise da borracha na Amazônia, estar presente nos festejos do Centenário representava uma saída para reativar o desenvolvimento econômico do Amazonas. Por isso, o empresariado local levou para a comemoração produtos naturais, como fibra de juta, castanha, guaraná, essências aromáticas e madeiras nobres.

Já o cineasta Silvino Santos – português que residia em Manaus – apresentou o documentário ‘No país das Amazonas’, encomendado pelo comerciante J.G. Araújo. O filme apresentava a firma de comércio de borracha do empresário, cujo estoque estava em alta devido ao declínio das exportações do látex em razão da concorrência com a Malásia, país que passou a cultivar seringueiras para abastecer o mercado internacional (NOGUEIRA, 1999, p.35).

A exibição do filme de Silvino foi um sucesso. Os jornais da época destacaram a participação do cineasta. Durante a visita, o português chegou a produzir um documentário, o longa-metragem intitulado ‘Terra Encantada’, um dos poucos registros da cidade do Rio de Janeiro nesse período. A notícia sobre a exposição do rádio no Centenário da Independência espalhou-se pelo País.

Inicialmente, sem ter uma emissora local, os amazonenses trataram de comprar receptores para captar o sinal de rádios estrangeiras. Nesse período, o governo e

---

<sup>9</sup> CATADOR DE PAPEIS. Memória e Saudade. Disponível em: <http://catadordepapeis.blogspot.com/2012/08/memoria-e-saudade.html>. Acesso em: 20 out 2017.

empresários locais precisaram assumir os serviços antes administrados por investidores da economia da borracha, cujas filiais ficavam na Europa.

Passado o período de euforia dos anos 1900/1910 quando se realizaram a maioria dos investimentos das empresas inglesas, de outros países europeus e dos Estados Unidos, a Amazônia deixou de ser polo de atração para esses capitais que se deslocaram para o Oriente e sudeste asiático, onde se iniciava e expandia velozmente um novo centro de produção de borracha para atender a crescente demanda das indústrias de pneus e outros artefatos. A borracha silvestre amazônica, em consequência de seu alto custo de extração, escassez de mão-de-obra, grande distância dos centros de comercialização, não teve condições de acompanhar o crescimento da demanda internacional (BENCHIMOL, 2009, p. 229-230).

Como o comércio local de outros produtos emergia com a exportação da borracha em crise, tornava-se necessário estabelecer comunicação eficaz entre Manaus e os demais municípios. Esse foi o cenário que Ephigênio Salles encontrou, em 1925, quando começou a presidir o Amazonas. Salles investiu em obras, especialmente na construção de escolas; buscou normalizar as finanças e expandir o sistema de radiotelegrafia, em razão do fascínio que possuía pelos adventos tecnológicos de comunicação, de sua amizade com Santos Dumont, e por almejar a melhoria da malha de comunicação intermunicipal (NOGUEIRA, 1999, p. 38).

Durante os dois anos que antecederam a implantação daquela que é considerada a primeira emissora de rádio do Amazonas, os negócios econômicos entre a capital e as cidades produtoras passaram a melhorar a arrecadação do Estado. A partir disso, Ephigênio Salles construiu estações telegráficas nos municípios de Tefé, Benjamim Constant, Humaitá, Borba e Maués.

A aquisição melhorou ainda mais as finanças do Amazonas, o que levou o então presidente do Estado a importar uma estação completa de rádio adaptada à transmissão da voz humana – aquisição que despertou o interesse pelo rádio no Amazonas. Para possibilitar a recepção das transmissões, os recursos destinados a instalação da emissora também contemplaram a importação de receptores para os municípios que abrigavam as 16 estações radiotelegráficas.

O objetivo central desta emissora, inaugurada ainda na primeira quinzena de abril de 1927, era transmitir aos municípios do interior dados e informações atualizadas das cotações e valorizações dos produtos naturais nas bolsas internacionais, a situação da moeda brasileira e o câmbio exterior, o horário de chegada e saída

das embarcações e as realizações do governo estadual. As irradiações ocorriam às segundas, quartas e sextas-feiras, entre nove e dez da noite, sempre supervisionadas pelo gerente em Manaus da Amazon Telegraph, G. E. Lush, e pelo eletricista-chefe da empresa, W.H. Mathews (NOGUEIRA, 1999, p.39).

A *The Amazon Telegraph Company Limited* figurava entre as empresas que ainda restavam em Manaus na década de 1920, no pós-queda da borracha, período que afugentou os investidores estrangeiros. A empresa era a concessionária responsável pelas comunicações por cabo fluvial, entre Manaus e Belém, e submarino, entre Belém e Europa.

A importação da emissora composta pelas 16 estações radiotelegráficas marca o surgimento da primeira rádio oficial do Amazonas, a Voz de Manaós. Enquanto isso, o restante do mundo já experimentava a fase eletrônica do rádio, especialmente, nos Estados Unidos, que vivia a era massiva do rádio e da publicidade (PRADO, 2012, p. 65).

Além de transmitir informações das cotações e valorizações dos produtos naturais nas bolsas internacionais, a Voz de Manaós passou a veicular apresentações de artistas locais. Sem periodicidade, a programação afugentava o interesse do público da capital, que já tinha acesso a outras emissoras estrangeiras por meio de aparelhos receptores importados. Além do mais, a qualidade das transmissões em Manaus ficava prejudicada em decorrência de interferências técnicas. O público do interior era o que apresentava maior interesse pela rádio.

No final da década de 1920, a Voz de Manaós enfrentara sérios problemas em razão das interferências provocadas pelo sistema de energia elétrica que alimentava Manaus. Na década de 1930, com o fim do governo de Ephigênio Salles e com o declínio da economia da borracha, a emissora perdia sua função comercial de “estabelecer uma rede de comunicações com os produtores do interior” (NOGUEIRA, 1999, p. 51).

Quando foram feitos os relatos de reivindicações em relação ao problema, Ephigênio Salles<sup>10</sup> não estava mais à frente do governo. Depois disso, houve também a descontinuidade da administração, resultando na desativação da emissora. Em mensagem otimista à Assembleia Legislativa do Amazonas (Aleam), em 1928, Ephigênio Salles chegou a celebrar a implantação da primeira rádio do Estado:

---

<sup>10</sup> (NOGUEIRA, 1999, p.42)

Ahi está terminada a obra inicial do broadcasting. Devemos esperar agora que a iniciativa particular venha em auxílio do governo, para manter esse utilíssimo serviço, em benefício da collectividade. O que me competia fazer, de accordo com o meu modo de apreciar o assumpto, está feito. Tenho para mim que longe não virá o dia em que surgirão os benefícios deste empreendimento (*informação verbal*).

Enquanto o rádio amazonense era desativado e permaneceria assim por oito anos, no cenário nacional, nos anos 1930, o rádio vivia sua fase de profissionalização. As experiências com o meio sonoro emergiam em vários estados, e o Brasil começava a experimentar a cultura do consumo americano impulsionada pelo *broadcast*.

O rádio se profissionalizou a partir de 1932, depois do decreto que regulamentou a publicidade, permitindo, assim, o início de um negócio promissor. O começo da década marca o início do primeiro governo de Getúlio Vargas, político que soube utilizar o potencial influenciador do rádio a seu favor de Norte a Sul do Brasil, por meio do fomento da ideologia 'integrar para não entregar'.

## **2.1 O rádio na dinâmica da cidade**

Com a desativação da primeira rádio oficial do Amazonas, os receptores artesanais tornaram-se meramente objetos decorativos nas casas. Demoraria oito anos para que surgisse uma nova emissora amazonense para fazer parte do cotidiano local: a Voz da Baricéa.

Nesse interstício, espalharam-se por Manaus alto-falantes. Essas vozes metalizadas ecoavam em diversos pontos da cidade e funcionavam durante o dia e à noite, em diferentes horários. Essa tecnologia supria, principalmente, as necessidades dos moradores que não tinham condições de adquirir aparelhos importados para acompanhar a programação das emissoras estrangeiras ou das rádios vizinhas. Por meio dos alto-falantes era possível acompanhar notícias internacionais, avisos, partidas de futebol, propagandas do governo estadual, publicidade do comércio local e informações gerais.

Desde o final dos anos trinta, o rádio passou a fazer parte das expectativas da população manauara. Como eram poucos, todavia, aquelas que podiam ter em casa o seu receptor, algumas lojas efetuavam transmissões através de serviços de alto-falantes, atraindo, assim, dezenas e dezenas de pessoas (LOBO, 1994, p.15).

Os alto-falantes surgiram como uma alternativa de comunicação que conquistou espaço na Amazônia, devido às dificuldades de implantação de novas tecnologias, pela necessidade do fortalecimento do comércio local dos Estados, entre outros fatores.

Em Manaus, a tecnologia se adaptou ao dia a dia das pessoas, tornando-se um elo dos comerciantes e empresários com o público consumidor, seja esse público uma família que buscava entretenimento na cidade ou um interiorano que estava de passagem na capital para trocar iguarias por produtos industrializados.

Mello (2004, p.73) rememora que, durante a Segunda Guerra Mundial, alto-falantes de Manaus transmitiam os noticiários da BBC de Londres em português, duas vezes ao dia. Um desses aparelhos ficava na esquina da Rua Rui Barbosa com a Avenida Sete de Setembro, ao lado do Colégio Estadual Dom Pedro II, no Centro da capital. A programação era composta, em sua maioria, por artistas nacionais, entre eles, Ary Barroso.

Também de avisos comerciais, o serviço de alto Falante da Rui Barbosa se distinguiu pela irradiação dos discos recém-chegados com os sucessos da nossa música popular. Graças a ele nos iniciamos com a paixão e nos mantivemos rigorosamente atualizados em matéria de valsas, sambas-canções, marchinhas, interpretados pelos melhores cantores da época. Sabíamos as letras inteirinhas das canções, até hoje patrimônio da arte do nosso povo (MELLO, 2004, p.74).

No Amazonas, para muitos profissionais do rádio, os alto-falantes representaram o primeiro contato com o meio sonoro. Maria Jerusalém dos Santos, radialista conhecida como Jerusa Santos, lembra a experiência vivida em um alto-falante instalado no Centro de Manaus. De segunda a sábado, das 9h às 17h, o serviço divulgava recados, músicas e as novidades das lojas.

O rapaz da Baricéia me ouviu, em meados de 1955. “Você não quer ir lá no serviço de alto-falante?” “Vamos, não tem problema”. Fiquei lá quase três anos, era localizado onde hoje é a Marisa, no Centro. Um prédio de três andares, e em um deles ficava a Voz do Amazonas. Foi um aprendizado muito bom (SANTOSb, 2017).

No fim da década de 1950, o cronista esportivo Arnaldo dos Santos Andrade também deu seus primeiros passos no rádio por meio de um alto-falante que funcionava nas dependências do Atlético Rio Negro Clube. O desejo de atuar no rádio despertou aos 12 anos, quando o amazonense residia no bairro Cachoeirinha, zona sul de Manaus, e observou o fascínio que o veículo causou nas pessoas que acompanhavam a final da Copa do Mundo de 1950 (ANDRADE<sup>11</sup>, 2012, p. 48).

Naquele dia, Arnaldo Santos, como é conhecido, analisou o comportamento dos parentes, da alegria com o primeiro gol do Brasil às lágrimas, com o fim do jogo que consagrava o Uruguai campeão por 2 a 1, em pleno Maracanã. O sonho de atuar no rádio se concretizou na juventude, quando o locutor esportivo se mudou para o bairro de Aparecida, que faz limite com o Centro da capital, e está localizado a poucos metros do Rio Negro Clube.

Nós tínhamos serviços de alto-falante na quadra Francisco Guimarães. Onde hoje é o ginásio do Rio Negro, ali era uma quadra. Era a quadra Francisco Guimarães, bem no centro. Então, nós tínhamos o voleibol, o futebol de salão, o basquetebol dos quais eu tentei, mas achava melhor falar do que jogar, e transmitia com serviço de alto-falante. E foi exatamente transmitindo assim que o Luis Verçosa, que era um dos jogadores e era um locutor, à época, da Rádio Rio Mar, me convidou pra fazer um teste, e eu não tive dúvidas. Me mandei, né? (ANDRADE, 2017).

As experiências com alto-falantes também se davam em outros estados da Amazônia. O jornalista Cristóvão Nonato da Silva relata que na infância, dos seis aos dez anos de idade, acompanhou as transmissões realizadas por um senhor chamado Valdemar Lemos, na cidade de Guajará Mirim, interior de Rondônia. Era o alto-falante A Voz da Cidade.

Toda tarde eu ficava lá esperando até ele colocar o sistema no ar. E ficava embevecido olhando aquilo, que magia era aquela de alguém ligar os equipamentos, ter toda a parafernália, músicas, os livros, os jornais, e ele fazia tudo aquilo que eu venho fazendo ao longo da minha vida. Então, esse primeiro estágio foi determinante. Eu nunca tive a menor dúvida do eu queria, quando eu vi aquilo fiquei trabalhando o que eu pude para poder aprender a fazer aquilo, que eu achava que ele fazia tão bem, e isso é vivo hoje (SILVA<sup>b</sup>, 2017).

---

<sup>11</sup> MAFRA, Edilene; MONTEIRO, Gilson. Amazonas. Arnaldo Santos. In: PRATA, Nair; SANTOS, Maria Cláudia. (Orgs.) Enciclopédia do Rádio Esportivo Brasileiro. Florianópolis: Insular, 2012. p. 48.



Assim como outros meios tradicionais de comunicação, os alto-falantes contribuíram com a formação de radialistas, e inspiram gerações a transmitirem aos ouvintes de agora as mesmas emoções de outrora, agora por meio das plataformas disponíveis. “Como eu nasci debaixo de um alto-falante, eu fico pensando em conceito de alto-falante. Como passar aquilo, a magia, para a telinha, para a internet? Porque eu acho que tem muita magia, tem muita coisa a ser feita ainda” (SILVA<sup>b</sup>, 2017).

Os alto-falantes estavam integrados ao cotidiano dos moradores de Manaus. Dos anos 1950 a 1960, as famosas casas de cinema – a maioria já extinta – também utilizaram esse aparato para falar com seus públicos, por meio de avisos, anúncio das sessões ou mesmo para reprodução de canções.

O do Polytheama, o do Guarany, do Avenida e o do Odeon. (O Popular, lá na Silva Ramos, de tão “poeira”, nem tinha alto-falante). Todos eles, cujos salões e cadeiras guardavam tantos segredos da vida desta cidade, irradiavam canções populares e de algum modo competiam com o da Rui Barbosa, durante os quinze minutos que antecediam a “sessão”. Havia a das quatro, a *matinée* e a das 7, a *soirée*. Quando o do Polytheama (da empresa Fontenelli), toca o Tico-Tico no Fubá, o pessoal já sabia que o filme ia começar. Só que na “sessão de estréia” de “E o Vento Levou...”, o Polytheama teve que repetir o Tico-Tico, a multidão lá fora empurrando a antesala, todos querendo lugar (MELLO, 2004, 75).

O tempo passou, mas os alto-falantes permanecem no cotidiano das cidades amazônicas, normalmente, com nomenclaturas acompanhadas da palavra voz: A Voz das Comunidades, A Voz Praiana, A Voz da Panair. Em comunidades do interior onde não chegou tecnologia mais moderna, ainda é o alto-falante que ecoa o vai-e-vem ribeirinho, em meio aos rios e à floresta.

Passado o hiato radiofônico suprido pelos alto-falantes e rádios vizinhas e estrangeiras, cujos sinais eram captados pelos que tinham poder aquisitivo para adquirir aparelhos receptores importados, em 1938, surge a Voz da Baricéa, com uma programação erudita.

Madeira (1986, p.15) relata que Lizardo Rodrigues já tinha cerca de 80 anos quando montou a estação dentro da própria casa, situada na Avenida Sete de Setembro, Centro de Manaus, onde, inicialmente, exercia todas as funções. O paulista era técnico em eletrônica e ex-funcionário do Departamento de Correios e Telégrafos e da *Manaus Tramways* (NOGUEIRA, 1999, p.53).

A emissora tocava músicas como a Marcha Militar de *Schubert*. Não poderia ser diferente, já que, além de Lizardo Rodrigues, um de seus fundadores foi João Donizetti. Membro de uma família de músicos, o professor Donizetti chegou a exercer a função de diretor do Teatro Amazonas (MELLO, 2004, p.70).

Assim como ocorreu em outros estados, nos anos 1920, com as rádios-clube, a programação inicial da Voz da Baricéa não agradou a massa. Aos que tinham apenas os aparelhos de galena, de alcance limitado, restava acompanhar a programação local. Quem possuía receptores importados continuava a sintonizar emissoras de estados vizinhos e estrangeiras, tendo acesso a uma programação mais popular.

As insatisfações quanto ao conteúdo musical foram registradas, inclusive, em carta do ouvinte major Gonzaga Pinheiro<sup>12</sup>:

Sou um que prefere samba a todos os clássicos do mundo. Carlos Gomes e Villa-Lobos não são brasileiros. Perderam a nacionalidade, como Schubert, Chopin, Beethoven. Os grandes músicos não têm pátria. O samba é a nossa música por excellencia. É nosso, muito nosso! Em Manaós, Baricéa é a única transmissora do país que se ouve bem. Rio, Belém e Recife nos alcançam, mas com muito barulho. E, assim, o nosso receptor passa o dia virando sobre Buenos Aires, New York, Londres, Berlim...Berlim, Londres, New York, Buenos Aires. A gente enjoa de ouvir tango, fox, clássico...castelhano, inglez e alemão. Tem-se a impressão de que se está no estrangeiro. Chega-se mesmo a ter saudades do Brasil (*informação verbal*).

Dessa forma, para conquistar audiência, a Voz da Baricéa precisou reinventar sua programação. Tornava-se necessário criar conteúdo com o qual a população local se identificasse. O fundador Lizardo Rodrigues resolveu, então, modernizar a grade, fazendo novas contratações e formatando o conteúdo conforme os anseios do público. Nessa fase da emissora, seu criador contou com o auxílio de Wuppschlander Lima, bacharel em Direito e radiófilo que residia em Manaus desde 1936.

As modificações começaram pelo prefixo da emissora, alterado a partir de 1939. A PQM-3 foi metamorfoseada em PRF-6, medida que não comprometeu o reconhecimento popular da estação. Em seguida, sua direção saiu a procura de talentos locais que pudessem compor o seu corpo de profissionais, o chamado cast. A esta altura, Wuppschlander Lima já havia conquistado o posto de speaker oficial, ainda que seus planos contemplassem a busca por uma voz padrão para a Baricéa (NOGUEIRA, 1999, p.58)

---

<sup>12</sup> (NOGUEIRA, 1999, p.55).

Por muito tempo, Lizardo Rodrigues protegeu e manteve a rádio longe de intervenções políticas. No entanto, os ideais do Estado Novo atingiram o Amazonas e ganharam força com Álvaro Maia – interventor estadual apoiador de Vargas. O cenário político local, fortemente influenciado pelo nacional, obrigou o dono da Baricéa a ceder. O controle político nacional começa a criar fortes raízes no Amazonas.

Por meio de articulação política, e apoiado pelo comércio e parte da população, dispostos a transformar a única emissora de rádio do Amazonas em instrumento de educação e de divulgação dos produtos locais, Álvaro Maia enfraqueceu qualquer resistência de Lizardo Rodrigues. Em 1938, o interventor legalizou o funcionamento da emissora, preparando o caminho para sua encampação.

Todo o fervor com o qual Álvaro Maia endossava a essência ideológica do Estado Novo valeu à Interventoria a posse da PRF-6 a partir de 1942. Foi neste ano em que a então Rádio DEIP se prestou a uma missão motivada pelas contingências que levaram Vargas a optar pelo engajamento do Brasil ao bloco de países aliados, no ápice da II Guerra Mundial (NOGUEIRA, 1999, p.82).

Assim como fazia com os jornalistas que lhe indagavam como surgiu a Baricéa, Lizardo Rodrigues permaneceu indiferente aos acontecimentos que levaram à encampação da então PRF-6. Aliás, a história de como o inventor montou a emissora permanece no imaginário, dando margens a interpretações baseadas em fatos e coincidências históricas.

Nogueira (1999, p.87-88) sugere que existe a possibilidade de a rádio, na verdade, ter feito parte de um plano de Álvaro Maia, para as mãos de quem a emissora voltou anos depois de sua criação. Além da forma evasiva com que Lizardo respondia aos questionamentos sobre o surgimento da Baricéa, outras peças do quebra-cabeça levam a essa inferência: a rádio foi montada na frente da então sede do governo, o Palácio Rio Negro; e, quando jovem, seu inventor morou em Humaitá, cidade em que Álvaro Maia nasceu.

Sob relutância de Lizardo Rodrigues, em 1942, a Baricéa, já encampada pela Interventoria, foi transferida para a sede da Associação Comercial do Amazonas (ACA), entidade centenária datada de 1871. No ano de 1943, Wuppschlander Lima, inspirado em experiências radiofônicas bem-sucedidas em outros estados, lançou *A Hora da Onça*,

programa de calouros que revelou talentos, como Flaviano Limongi, Belmiro Vianez e André Limongi (NOGUEIRA, 1999, p.110).

Como a sede da ACA não dispunha de espaço apropriado para a realização das edições, esse programa foi transmitido direto do Atlético Rio Negro Clube. Wupp, como também era conhecido, lançou, ainda, *A Hora da Saudade* e *Noite dos Tangos*.

Embora tenha obtido sucesso nesse período, a emissora saiu das mãos do governo do Estado para a iniciativa privada. Em 1943, Assis Chateaubriand, que já tinha adquirido a Rádio Clube do Pará, incorporou a Voz da Baricéa às suas empresas. Dono da Rede de Diários e Emissoras Associados, o empresário mantinha relações estratégicas com Getúlio Vargas. No mesmo ano, Chateaubriand adquiriu o impresso *Jornal do Commercio*, juntando a administração dos dois veículos.

O *Jornal do Commercio*, o mais antigo de Manaus em atividade até hoje, foi fundado por Joaquim Rocha dos Santos em 2 de janeiro de 1904, ano em que circulavam na capital amazonense dezoito jornais. O slogan do JC nos primeiros anos era *Constans, fidelis, fortis, cedo nulli* (Constante, fiel, forte, eu me rendo a ninguém). A empresa mantinha correspondentes em Portugal e nas principais cidades do interior do Amazonas (DUARTE, 2015, p17).

Desde sua fundação, o *Jornal do Commercio* passou por diferentes administrações decorrentes da alternância de proprietários. No dia 4 de dezembro de 1984, o amazonense Guilherme Aluizio de Oliveira Silva comprou o jornal e a Rádio Baré, ambos sob seu domínio até hoje.

Quando a então Voz da Baricéa ainda estava sob o domínio estatal, Álvaro Maia nomeou Gebes Medeiros para o cargo de chefe da Divisão de Radiodifusão, Turismo e Diversões Públicas, um subsetor do Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda (DEIP), regulamentado pelo interventor aos moldes do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), instrumento do Estado Novo. Gebes Medeiros, que ajudou Wuppschlander a criar programas de sucesso na Baricéa, discordava da transferência da rádio para a iniciativa privada, fato que não convenceu o interventor Álvaro Maia.

A emissora passou a se chamar Rádio Baré, quando foi adquirida por Chateaubriand, reforçando a tradição do empresário de nomear suas emissoras com

nomes indígenas. A então Baré surgiu na época em que o rádio brasileiro se tornava popular por meio das transmissões de programas de entretenimento.

A Rádio Baré, dos Diários Associados, foi a primeira emissora regular do Amazonas, surgida no final dos anos trinta, sedimentando diversas tentativas anteriores, como a Voz da Baricéia. E foi a emissora, nos anos sessenta, que introduziu na sua programação certas músicas “diferentes” que nem mesmo as elites, a princípio, gostavam muito. Músicas como “Samba em Prelúdio”, de Vinícius de Moraes, e um certo cantor, um tanto desafinado, que depois se tornou celebridade internacional: João Gilberto. Que bossa era essa? A Rádio Baré daquele período ficou marcada pela personalidade de seu diretor-artístico, Jaime Rebelo, avançado para os padrões musicais da época e falecido precocemente (LOBO, 1994, p.16).

A emissora deu início à era comercial do rádio amazonense, porque Chateaubriand introduziu no mercado local tecnologia e profissionais de outros estados que tinham *expertise* no negócio radiofônico. Entre as aquisições do empresário estava Josué Cláudio de Souza, que se tornaria concorrente da emissora anos depois.

Jerusa Santos tornou-se locutora da Rádio Baré a partir de 1950, quando passou a residir em Manaus. Santos<sup>b</sup> (2017) conta que começou a acompanhar a programação da emissora ainda na adolescência, quando morava na cidade de Coari, no Amazonas. Aos 15 anos, mudou-se para a capital, onde morou com uma amiga que era freira. Em Manaus, continuava acompanhando a programação da Baré.

Tinha uma moça, que por sinal, já subiu, chamada Rosa Maria, primeira locutora da Rádio Baré e também de Manaus. Gostava muito dela, gostava de ouvir as coisas que ela falava. Era radioatriz. Ela tinha uma voz muito bonita. Sempre ia por lá ouvir, bater papo, aquela coisa de fã que existe hoje em dia. A gente estava por lá sempre. Aí abriram um concurso para radioatriz (SANTOS<sup>b</sup>, 2017).

Jerusa Santos participou do concurso. Não foi selecionada, mas sua voz marcou. Assim, quando Rosa Maria foi contratada por uma rádio de Recife e mudou-se para a capital de Pernambuco, a vaga ficou em aberto. A radioatriz, então, fez teste para locução. Foi aprovada e trabalhou na emissora com radioteatro, locução comercial e como programadora. Ficou na Rádio Baré até se aposentar e relata que a emissora era bastante estruturada para os moldes da época, preservando, inclusive, a ética nas relações comerciais com os clientes.

A Rádio Baré, naquela época, era bem-conceituada. Os diretores primavam muito pela seriedade e pela credibilidade. Zelavam muito por isso e tinham muito respeito pelas pessoas e pelos próprios ouvintes. Determinados comerciais não eram rodados a qualquer hora. Se fizéssemos aqui um comercial de fazenda, naqueles mesmos quinze minutos não se fazia outro; fazíamos qualquer coisa, menos de fazenda. Hoje é tudo embaralhado, por isso que ele dizia que a credibilidade e o respeito, inclusive com os anunciantes, tinham que ser respeitadas para não conflitar um com o outro (SANTOS<sup>b</sup>, 2017).

Paulo Roberto Guerra Mitozo, locutor da Rádio Difusora do Amazonas desde o início da década de 1970, atuou na Baré por sete anos. Relembra que a emissora foi a primeira rádio a introduzir no Estado um teletipo que transmitia as notícias em espanhol. Por meio do aparelho, de grandes dimensões e de cor preta, chegavam notícias de agências internacionais, como a *United Press International (UPI)*. Os textos, ainda em língua estrangeira, precisavam ser traduzidos pelos radialistas da época.

A Rádio Baré foi uma grande escola do rádio. O radioteatro era feito na Rádio Baré. Jaime Rebelo; Josafá Pires, que era um maranhense, fez muito sucesso no rádio, dirigindo; Jerusa Santos fazia parte do radioteatro, minha querida amiga Jerusa Santos; o Azevedo, que é da TV Lar, também trabalhava no radioteatro. Era uma grande escola. Quase todos os companheiros que estão hoje ainda fazendo sucesso no rádio, passaram por ali. Valdir Correa passou por lá pela Rádio Baré (MITOZO, 2017).

Valdir Correia de Melo, o Garotinho, que começou sua carreira no rádio em 1964 em serviço de alto-falante, conta que fez teste para a Rádio Baré em 1965. Da Baré, o locutor foi galgando os passos no meio sonoro amazonense até chegar à Rádio Difusora do Amazonas, onde trabalha até os dias atuais.

Eu jogava no juvenil do Nacional e narrava partida preliminar na Rádio Baré. Na Baré parei um período e fui para o Colégio Agrícola; do Agrícola, vou para a Tropical, do seu Malheiros; da Tropical, eu vou para a Rio Mar, onde fico cinco anos e seis meses; fiquei até 1976. De 76 até hoje, eu estou aqui na Difusora (MELO, 2017).

As histórias dos locutores ilustram o papel que a Rádio Baré desempenhou na radiodifusão sonora amazonense. Com o passar dos anos, a emissora passou a ceder seu canal para outras empresas transmitirem conteúdos. Hoje, por exemplo, retransmite a programação da CBN Amazônia.

No final dos anos 1940, a Rádio Baré ganhou sua principal concorrente. No dia 24 de novembro de 1948, Josué Claudio de Souza – ex-funcionário da emissora – inaugurou a Rádio Difusora do Amazonas, com o apoio de amigos. A rádio passou a concorrer diretamente com a Baré, ao criar programas similares para cada atração existente na emissora rival. A disputa entre as duas emissoras consolidou a radiodifusão sonora do Amazonas, com impactos na vida social.

Instalou-se então na cidade, uma certa concorrência entre as duas emissoras. Manaus dividia-se em duas facções: Uma que torcia pelo Atlético rio Negro e que era ouvinte assídua da rádio Baré, outra que torcia pelo Nacional Futebol Clube e que era ouvinte da Rádio Difusora. Em todos os finais de semana, as rádios traziam artistas dos outros centros do Brasil para disputar a audiência entre si. A rádio Baré montou a “Maloca dos Barés”, um palco ao ar livre ao lado do Porto de Manaus, e a Difusora fazia a “Festa da Mocidade”, na Avenida Getúlio Vargas. Ambas promoviam shows concorridíssimos nos finais de semana (MADEIRA, 1986, p.16).

Contribuíram para a popularidade da Difusora os comentários feitos durante a Crônica do Dia. Por anos, a população parou para ouvir o programa, veiculado ao meio dia. Lobo (1994, p.17) afirma que nesse horário Josué pai, como ficou conhecido, convencia pela voz bem colocada e emoção que transmitia.

Os textos críticos de Josué pai já eram conhecidos desde 1946, quando ele publicou a Crônica de Manaus que, depois da primeira edição, recebeu o nome de Crônica da Cidade, no periódico O Jornal.

Ao apresentar essas crônicas, Duarte (2016, p.5-14) também faz uma cronologia da trajetória do radialista, empresário e político: Josué foi deputado estadual e federal, senador e prefeito de Manaus. Os principais temas abordados pela Crônica da Cidade eram os problemas de Manaus, alguns dos quais a capital não se viu livre com o passar do tempo, como saúde pública, ruas esburacadas e ausência de saneamento básico:

O velho problema de energia e da luz...Volta ele à tona agora, com a posse do coronel Pinto da Veiga, recentemente nomeado interventor federal na Manaus Tramways. Imensa e árdua é a tarefa que deverá ser cumprida pelo ilustre técnico, cujas credenciais são as mais positivas e as mais fortes, não só pela sua comprovada competência, mas também pela sua indiscutível idoneidade. Naturalmente que o cel. Pinto da Veiga há de começar pelo conhecimento exato das condições da empresa, pelo que ela tem e precisa, pelo que ganha e consome, pelo que produz e pelo que não tem produzido. Senhor da situação, tomará então, o caminho que há de ser ditado pela sua tática e pelos seus propósitos de bem e melhor servir o Amazonas e o seu povo, servindo assim a administração Syzeno Sarmiento no seu propósito de bem corresponder à confiança do presidente Eurico

Dutra. Não é de hoje que debatemos pela imprensa o caso da Manaus Tramways, a nossa luta em favor da solução desse assunto, ditada pelo desejo de colaborar com os que tanto se esforçam pela grandeza do Vale, começou em 1944. Não foram poucos os dissabores que ela acarretou (O JORNAL, Crônica da Cidade<sup>13</sup>, edição de 4 de outubro de 1946).

Josué Claudio de Souza transferiu para o Amazonas as experiências do Sul do Brasil, introduzindo no Estado um novo jeito de se dirigir aos ouvintes. Com o prestígio adquirido junto ao público e ao empresariado local, o radialista montou a estrutura da Difusora sem muitos recursos, contando com a parceria de seus colaboradores, que chegaram a receber alimentos como forma de pagamento pelos serviços prestados, na fase inicial do negócio.

Melo (2017) lembra que Josué Claudio transmitiu aos profissionais da emissora o segredo do sucesso do rádio enquanto meio popular: a relação de companheirismo entre locutor e ouvinte. Seu legado ficou marcado na trajetória dos profissionais e na essência da programação da Rádio Difusora.

Quando ele veio aqui para Manaus, nós aprendemos a fazer um rádio com profissionalismo, mas, acima de tudo, um rádio muito humano. Ele nos ensinou, eu ao menos aprendi isso, e os mais antigos da rádio, que você é uma sequência, uma continuidade do 'Raimundo', do 'José' e do 'Francisco', que poderiam estar naquele microfone no momento, reivindicando, brigando, em determinados momentos (MELO, 2017).

Melo (2017) divide a história da Rádio Difusora do Amazonas em eras, marcadas pelas evoluções pelas quais o rádio amazonense e a cidade de Manaus foram passando. A primeira evolução veio com as disputas entre as primeiras emissoras de rádio do Estado, com a realização de shows, que dominavam a cena amazonense, em uma época em que a TV ainda não tinha chegado ao Amazonas. “Uma emissora fazia um show, trazia uma artista de nível nacional, o que era difícil; a outra respondia, em seguida, e se tornava uma atração na cidade” (MELO, 2017).

Depois, veio uma era marcada pela compra de espaços por empresários que anunciavam na rádio. Em seguida, o futebol entrou em cena no rádio amazonense, de forma intensa. As narrações esportivas eram consideradas fenômeno. “O Ismael Benigno e o Parque Amazonense lotavam. Depois surgiu o Vivaldo Lima com a era do

---

<sup>13</sup> DUARTE (2016).



profissionalismo”. Nessa época, a profissão de locutor esportivo se destacava na sociedade local.

Nós faturávamos mais nos departamentos esportivos do que nos outros programas. Era Rio Mar com 30 mil, 35 mil torcedores. A Rio Mar tinha uma superequipe. A Difusora não ficava atrás. A Baré era boa formadora de craques. Eu saí da Baré, o Paulo Guerra, muitos. Começava na Bâre; aí, a Rio Mar e a Difusora de olho para contratar. Como hoje o Real Madrid e o Barcelona fazem (MELO, 2017).

Os programas também marcam a história da Rádio Difusora do Amazonas. Melo (2017) afirma que o surgimento do programa de Josué Claudio de Souza Filho deu início a uma fase da história da emissora. “Era um garoto. Tinha os locutores antigos, e ele veio surgindo. Veio a evolução dele, de um rádio mais jovem, mais criativo. Veio fazendo até escola. As outras rádios viam que dava certo, mas o Josué era o Josué”.

Quando a Rádio Difusora do Amazonas foi inaugurada, Josué Filho, como ficou conhecido no rádio, tinha dois anos de idade. O radialista, hoje sócio-proprietário da emissora, compara a fase de Ouro do Rádio Amazonense com a expansão da internet atualmente. Josué Filho herdou do fundador da Difusora a paixão e vocação para atuar ao microfone, função que assumiu aos 18 anos, durante uma viagem do pai.

Na realidade, ainda muito pequeno, na mesa de almoço, eu já pegava a colher e fazia dela um microfone. É uma compulsão que eu tenho de falar. Claro que ela já foi muito mais intensa, hoje mais branda. Mas o rádio foi sempre um grande amor, uma grande paixão, a vontade de me comunicar. Se não fosse o rádio, acho que teria sido circo, teatro, mas tinha que me comunicar (SOUZA FILHO, 2017).

O surgimento da televisão no Amazonas representou outra fase à Rádio Difusora do Amazonas. Para Melo (2017), a TV furtou parte dos shows que as rádios realizavam e levou a radiodifusão sonora amazonense a perder a audiência do turno noturno. “Aí, o rádio já não tinha mais vida à noite. É muito difícil. A televisão ganhou vida a partir das 18h em diante; tirou um pouco do rádio”.

Com a evolução de Manaus, cujo espaço geográfico foi cedendo lugar aos prédios e a todo o conjunto comum à ao ambiente urbano, houve a expansão das emissoras de Frequência Modulada, entre elas, a Rádio Difusora do Amazonas 96,9 FM, uma outra

aquisição da Rede Difusora de Rádio do Amazonas. A verticalização da capital ofuscou ainda mais o brilho das rádios AM, dentro do espaço urbano de Manaus.

É um problema de engenharia. As antenas de rádio AM jogam de baixo para cima, para propagar. Na hora que uma cidade evolui, e os prédios vão surgindo, cria-se uma barreira. Aquele som da AM não passa, fica naquela parede. Ai, pega um pouco ali, outro ali. É como se o rádio estivesse doente. A doença foi se agravando no rádio AM e as FMs surgindo (MELO, 2017).

Com a expansão das emissoras de Frequência Modulada no Amazonas, os locutores que trabalhavam no AM foram transferidos para atuação nos programas das FMs, mesmo que, no caso da Rádio Difusora do Amazonas, o canal AM tenha sido mantido em funcionamento por muito anos. Depois do surgimento das rádios FM, surge a grande evolução, não apenas para a Difusora, mas a todos os meios de comunicação existentes até então.

Que veio para ficar. Tinha gente que dizia: vocês vão se adaptar a isso? Todo mundo se adaptou e melhorou e muito. Hoje é muito fácil fazer rádio. A internet surgiu de uma maneira assim: você faz rádio hoje brincando. Antigamente, você tinha que ficar numa redação, não sei quantas horas, produzindo, ia para a rua para pegar, editar, para fazer. Hoje, isso ainda é feito nas grandes potências. Mas, como divide as suas programações, você senta e, com meia hora, quarenta minutos, está produzindo um programa (MELO, 2017).

O tempo passou e as digitais de Josué Cláudio de Souza permaneceram na trajetória da Rádio Difusora do Amazonas, que é marcada pela proximidade com o ouvinte. Melo (2017) relata que a emissora repassa as reivindicações que recebe às autoridades, uma prestação de serviço à população. “Cobramos na hora do programa, e quando termina o programa, se não resolvemos, nós pegamos o telefone e vamos tentar resolver, porque o maior patrimônio de uma emissora é o ouvinte”.

A história da Rádio Difusora do Amazonas perpassa momentos da própria história do Estado e do Brasil. A trajetória da emissora se desenvolveu em meio a momentos políticos que ficaram na memória dos brasileiros. No cotidiano amazonense, a rádio vem mantendo sua linguagem que aproxima das camadas mais populares. É um estilo, um jeito que a diferencia das demais rádios, e que traz resultados ao negócio.

Nós passamos por evoluções. O País, lá atrás, teve problema de ditadura, desmando de governo, que até hoje parece que fez foi piorar. Ficou a coisa mais na base do paletó, água, luz, telefone, polícia, segurança. Os momentos que o País atravessou, nós estivemos ali, na Rádio Difusora, representando o 'Raimundo', o 'José' e o 'Francisco' (MELO, 2017).

Na década em que a Rádio Difusora do Amazonas passou fazer parte da história do Amazonas, ou seja, nos anos 1940, uma classe média formada por intelectuais e comerciantes dominava as principais atividades realizadas no circuito urbano de Manaus. Com pouco mais de 100 mil habitantes, o cotidiano da capital se mesclava com os costumes provinciais e os ensaios para transformar a cidade em metrópole. Foi o período em que Manaus recebeu investimentos norte-americanos.

A capital do Amazonas ainda não havia experimentado a expansão territorial e demográfica que viria com a indústria, a partir do final dos anos 1950. Embora o ciclo da borracha tenha permitido a introdução do mercado internacional, e deixado traços na arquitetura e urbanismo da cidade, a capital ainda mantinha costumes interioranos. A hospitalidade, no convívio social, tornou-se singularidade da população local. Péres (2002, p.24) descreve bem como se davam as relações sociais nesse período:

Cabe o lugar-comum de que a comunidade era uma grande família. Todos se conheciam. Mesmo que as pessoas não pertencessem ao mesmo círculo de relações, sabiam quem era fulano ou beltrano. Quando não sabiam, conheciam-se de vista de tanto se cruzarem nas ruas. Caminhar da porta de casa até o local de destino, por curta que fosse a distância, podia levar um bom par de horas, tantas as paradas que se faziam para os abraços dos amigos, os papos nas rodas que se formavam e os inevitáveis convites para o cafezinho (PÉRES, 2002, p. 24).

Nesse tempo, o meio sonoro mesclava-se à cultura, sendo extensão do cotidiano, na oralidade e nas tradições. Presente na vida familiar, o rádio cedia espaço apenas ao luto. “As portas e janelas da casa eram cerradas e os parentes lá se fechavam, até a missa do 7º dia, saindo apenas para cuidar do indispensável. A casa permanecia em silêncio e nem sequer o rádio era ligado” (PÉRES, 2002, p.52).

Péres (2002) rememora que nesse período, o rádio também era um difusor de crenças religiosas. Na Semana Santa, a programação radiofônica respeitava o silêncio dos ritos cristãos e só tocava músicas sacras ou clássicas. No entretenimento, o rádio

dividia espaço com os balneários, diversão garantida nos igarapés situados na área urbana de Manaus.

Os anos 1940 marcam o acontecimento da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), cujas notícias internacionais chegavam a Manaus por meio da *British Broadcasting Corporation* (BBC). Às seis horas da tarde, as famílias sintonizavam a emissora para ouvir a Estação de Londres da BBC. Repletas de interferências, as transmissões às vezes se tornavam quase inaudíveis.

Grande parte da minha infância foi marcada pela Segunda Guerra Mundial. Embora muito criança, fui contagiado pelo entusiasmo do meu pai, ardoroso partidário da causa aliada, que se mantinha informadíssimo através da leitura de revistas e jornais, e da escuta diária da BBC (PÉRES, 2002, p. 57).

A Rádio Rio Mar entra no contexto amazonense no dia 15 de novembro de 1954. A emissora pertencia aos jornalistas Agnaldo e Aluísio Acher Pinto, proprietários dos impressos Diário da Tarde e O Jornal. A rádio popularizou-se rapidamente, em razão da proposta da nova programação, voltada ao radiojornalismo e ao esporte, levando as demais emissoras a adotarem novas propostas para atrair a atenção do público.

A Rio Mar também dispunha de potência e qualidade das transmissões, apesar de seus noticiários repercutirem apenas o conteúdo dos jornais pertencentes ao grupo de comunicação do qual também fazia parte, por meio da *tesoura press*. Até os dias atuais, a emissora mantém preservado o valioso acervo fonográfico dessa época.

Antes do surgimento da Rio Mar, as rádios Baré e Difusora restringiam sua atuação ao campo do entretenimento, ignorando a programação de cunho jornalístico, segmento explorado no Amazonas, até então, somente pelos jornais impressos que circulavam no Estado.

Apesar das limitações iniciais, a Rio-Mar não só representou um marco decisivo no processo de consolidação do rádio no Amazonas como acabou por inspirar reformulações na programação das emissoras concorrentes, que gradativamente aderiram à fórmula do radiojornalismo, sobretudo em virtude da migração paulatina de ouvintes e anunciantes rumo à frequência de 1290 *quilohertz* da nova estação. Por outro lado, a relação empresarial entre jornal e rádio assinalou numa revolução no ciclo das comunicações de massa no Estado, na qual o conceito de radioempresa não só se firmava como deixava para trás o período em que a radiodifusão sonora era encarada como atividade dissociável de outro empreendimento do mesmo gênero (NOGUEIRA, 1999, p. 168-169).

Conceição (2017) relata que, em 1962, a emissora passou para a direção da Arquidiocese de Manaus, por meio do arcebispo da época, Dom João de Souza Lima. Nomeados por Dom João, o padre Thiago de Souza Braz e o monsenhor Alcides Peixoto administraram a rádio a partir daquele ano. A gestão do padre Thiago marcou a transição da Rio Mar para a prelazia.

Nesse período, a rádio funcionou na frequência de AM e conseguiu mais duas frequências de ondas curtas, em 31 e 49 metros, cobrindo, assim, toda a cidade de Manaus. Com o falecimento do padre Thiago, em 8 de abril de 1997, o então arcebispo de Manaus, Dom Luiz Soares Vieira, que já pertencia à direção da emissora, convidou o padre Martin James Laumann, que tinha chegado a Manaus recentemente. Ele administrou por 17 anos a rádio Educação Rural de Coari e foi convidado para assumir a emissora. Então, ele assumiu no dia 16 de junho de 1997 e a administrou até 2010 (CONCEIÇÃO, 2017).

Baré, Difusora e Rio Mar foram fundadas antes da regulamentação da Zona Franca de Manaus (ZFM), como emissoras de Amplitude Modulada (AM). Ao longo dos anos 1950, a capital já experimentava a ascensão do comércio local. Prova disso é que a Lei Nº 3.173<sup>14</sup> de 06 de junho de 1957, que criou a ZFM como Porto Livre, data do final da década.

De autoria do Deputado Federal Francisco Pereira da Silva, a lei foi ampliada dez anos depois pelo Governo Federal, que reformulou o modelo Zona Franca por meio do Decreto-Lei Nº 288, de 28 de fevereiro de 1967. Dessa forma, o governo estendeu incentivos fiscais por 30 anos para implantação de um polo industrial, comercial e agropecuário na Amazônia. Depois disso, os incentivos da ZFM foram prorrogados mais quatro vezes: em 1986, 1988, 2003 e em 2014. Atualmente, a vigência vai até 2073 – o que condiciona o modelo a novas leis que possam prorrogar seus incentivos.

A incorporação da indústria pela economia amazonense e o crescimento do comércio, a partir do Polo Industrial de Manaus (PIM), proporcionaram o surgimento da Rádio Tropical, hoje, Rádio Cidade. Inaugurada em 15 de março de 1966, a Tropical entrou para a história como a primeira rádio do Brasil a operar em Frequência Modulada (FM) Estéreo. Nogueira (1999, p. 175) define esta fase do rádio amazonense como Frutificação.

---

<sup>14</sup> Superintendência da Zona Franca de Manaus. Modelo ZFM. História. Disponível em: [http://www.suframa.gov.br/zfm\\_historia.cfm](http://www.suframa.gov.br/zfm_historia.cfm). Acesso em 17 jun 2016.

O impacto da gênese da Zona Franca de Manaus foi tamanho que seus desdobramentos transcenderam as questões político-econômicas para avançar o terreno sociocultural do Estado, no qual interagiam mais implicitamente os veículos de comunicação locais. Além de atrair comerciantes abnegados, importar produtos industrializados e impor uma nova performance aos empresários e políticos locais, esta nova conjuntura tecno-empresarial trouxe a reboque manifestações inerentes ao Brasil pós-JK – com a Indústria Cultural e suas peculiaridades – que, em grande medida, demarcaram o surgimento de uma fase moderna na trajetória da radiodifusão sonora no Amazonas (NOGUEIRA, 1999, p. 188).

Nota-se que a inauguração da Rádio Tropical ocorre após o Golpe Militar de 1964. Ao perceber que a Amazônia estava a mercê das ondas hertzianas vindas de países vizinhos que tinham ideologia comunista, o governo resolveu adotar a estratégia do guarda-chuva eletrônico que culminou com a criação do Projeto Radiobrás (Idid., p. 230).

Dentro desse contexto, Nogueira (1999, p. 221-222) afirma que a Rádio Tropical, por ter nascido FM, tinha qualidade de som, mas pouco investia em produção de conteúdo, pois teria surgido com o intuito de evitar que a programação comunista adentrasse o território brasileiro. Mitozo (2017) corrobora com a questão da qualidade apresentada pela emissora, ao relatar que a Rádio Tropical tinha equipamentos altamente sofisticados para a época, aquisições atribuídas ao seu fundador, Antônio Malheiros, que contribuiu para o glamour do rádio amazonense.

Para você ter uma ideia, eu lembro que tinha um microfone e você fazia a reverberação do próprio microfone. O locutor podia controlar uma reverberação do próprio microfone. Era muito sofisticada a rádio. Eu gostei. Foi uma experiência muito boa trabalhar lá (MITOZO, 2017).

Nos anos 1960, o rádio amazonense manteve íntima relação com o cinema. Antes das estreias, as críticas aos filmes eram feitas no rádio. Cabral**b** (2003) narra que a interação entre os dois segmentos fomentou o surgimento de apreciadores e produtores cinematográficos. Depois dos registros que Silvino Santos fez sobre a Amazônia no início do século XX, Manaus se reinsere no cenário cinematográfico nessa década. Parte dessa visibilidade, especialmente no que diz respeito aos cineclubes, deve-se ao rádio.

Foi naquela época que nasceu o Grupo de Estudos Cinematográficos (GEC), precisamente em 1962, do qual fizeram parte Guanabara Araújo, Djalma Limongi Batista, Márcio Souza, Ivens Lima, Cosme Alves Neto, José Gaspar, Luís Ruas, Albertino Jorge da Silva, Joaquim Marinho, Roberto Kahané, entre outros. Deste grupo, saíram cineastas, críticos, articulistas e escritores. Djalma Batista, por

exemplo, é diretor de filmes como *Asa Branca* (1981), *Branca adormecida* (1987) e *Bocage – o triunfo do amor* (1998), e Márcio Souza, presidente da Funarte e romancista (CABRALb, 2003, p.53).

Nessa década, a relação do rádio com o amazonense já estava estabelecida, em razão dos serviços prestados pelo meio à população. Era pelo rádio que as notícias chegavam ao interior. As horas dedicadas aos recados tinham lugar cativo na rotina do homem interiorano. Contribuía para isso o fato de que a televisão ainda não tinha dado os primeiros passos no Amazonas.

No Brasil, nessa fase, passados dez anos de sua inauguração, a televisão atingia seu auge, com programação e profissionais que migraram do rádio. O Amazonas, no entanto, estava longe de experimentar a força do meio de comunicação que até os dias atuais ainda domina os investimentos publicitários no País.

A televisão copiou tudo do rádio. A novela era o radioteatro, o programa do Faustão, do Silvio, os programas de auditório do Cezar Alencar, o rádio fazia o todo. Não havia televisão. Então, você tinha que brotar emoção na voz para fazer uma imagem mental em cada ouvinte... Quando eu fazia o programa diário, eu falava vendo você, vendo o mercado, vendo a feira, vendo a rua, vendo o taxista. A minha televisão era aqui dentro da minha cabeça (SOUZA FILHO, 2017).

Sem a presença da televisão e, depois, com as dificuldades logísticas que afetavam a regularidade da programação televisiva, o rádio manteve sua popularidade até o início dos anos 1980. Nesse período, o meio sonoro estabeleceu laços com a população por meio das transmissões, do radiojornalismo e de uma peculiaridade amazônica: os avisos de rádio para o interior.

## **2.2. O mensageiro das ondas sonoras**

Diante das dificuldades que a população amazonense enfrentava para estabelecer uma rede de comunicação devido à ausência de infraestrutura, especialmente no interior, o rádio fazia a conexão entre amigos, parentes, e o comércio intermunicipal. Essa época é marcada pelo êxodo rural motivado pelas oportunidades advindas com o desenvolvimento de Manaus.

Em razão das distâncias e da ausência de serviços de telefonia, cuja penetração é complicada na Amazônia e cujos valores são inacessíveis às camadas mais pobres dessa região, o rádio – aparelho de baixo custo e de longo alcance – estabeleceu laços entre os moradores de Manaus e as populações dos demais municípios. E, no caso da Amazônia, a comunicação adquiriu linguagem própria.

Naqueles anos, mais que agora, os serviços de Correios não conseguiam vencer as dificuldades dos rios e das distâncias. Era pelo rádio que se transmitiam as mensagens mais urgentes para os mais estranhos e longínquos lugares da região. Através de recados curtos, escritos numa linguagem-clichê, o homem do interior tomava conhecimento de que o parente tal havia falecido ou que tal amigo havia chegado à capital e estava passando bem (LOBO, 1994, p. 18).

Eram os avisos de rádio – o mensageiro das ondas sonoras. Mitozo (2017) relembra que as emissoras de rádio faturavam alto com notas de parabéns e avisos para o interior que, em Manaus, eram veiculados entre 19h e 21h. Os serviços prestados pelo rádio por meio da leitura de recados também estabeleceram uma relação próxima entre os ouvintes e os radialistas, na Amazônia.

‘Parabéns pra você’ era uma das maiores fontes de renda de uma emissora de rádio. Em Belém, por exemplo, um radioclube do Pará, Queiroz Santos, fez muito sucesso como comunicador. Não que ele apresentasse um programa musical, porque ‘parabéns pra você’ começava meio-dia e terminava 15h. Era muito tempo, era muito parabéns. Naquele tempo, existia formatura de escola de datilografia. Aí, as parabenizações também a quem estava se formando na datilografia eram uma gracinha. E, à noite, nem se fala: avisos para o interior (MITOZO, 2017).

No Amazonas, os avisos ficaram conhecidos por meio dos alto-falantes, mas ganharam força com a chegada da Difusora, que transformou os recados em um negócio bastante lucrativo. Monteiro (1996, p.5) explica que os ouvintes ditavam a linguagem dos avisos e que se houvesse alteração nos textos da mensagem, não havia decodificação por parte de quem emitia (o ouvinte comprador do aviso) nem por parte de quem recebia a mensagem (o ouvinte destinatário da mensagem).

Monteiro (1996, p. 4-6) relata também que, na Difusora, um aviso comum custava CR\$ 1 mil e os demais chegaram a custar CR\$ 5 mil, em 1992. Na Rio Mar, um aviso doméstico custava 500 cruzeiros e o comercial um cruzeiro. Esses eram os valores cobrados por leitura. Normalmente, os ouvintes pagavam para que os avisos fossem lidos duas ou três vezes.



Os avisos comuns são aqueles em que os usuários são breves, diretos e objetivos. Falam que chegaram bem de viagem, estão bem de saúde, etc. Os avisos comerciais fazem, geralmente, propagandas de casas comerciais do interior, informam os preços das mercadorias e qual o melhor ponto (porto ancoradouro) para embarque e desembarque. Os de lazer incluem os convites para as festividades promovidas por clubes e associações comunitárias. Os preços variam de acordo com as Rádios, o tamanho e a especificação do aviso (MONTEIRO, 1996, p.5).

Walmir Albuquerque Barbosa realizou um trabalho aprofundado sobre esse tema em sua dissertação de mestrado “O regatão e suas relações de comunicação na Amazônia”, cuja pesquisa figura entre os primeiros registros científicos da comunicação na região Amazônica.

O interiorano se apega aos avisos porque lhes satisfazem uma necessidade inalienável de comunicação com o seu próprio mundo: mundo com relações de produção marcadas pela violência da exploração. Mundo abandonado pelas instituições sociais que lhes poderiam garantir uma vida mais digna. No entanto, mergulhado em sua realidade, tal qual se apresenta, vicariamente a ela se liga, através do rádio que bem ou mal lhe traz notícias dos amigos, parentes e patrões (BARBOSA, 1980, p. 47)

As notícias dadas em forma de avisos nem sempre eram agradáveis, causando comoção em que estivesse ouvindo a emissora no momento da leitura, mas precisavam chegar aos destinatários ávidos por informações, especialmente de seus entes. Mantida a linguagem peculiar do emissor, o locutor lia, no ar, a mensagem que, se não diretamente pelo rádio, certamente chegaria ao destinatário por meio do telefone sem fio formado pelos comunitários com os quais convivia. A linguagem coloquial recheada de expressões regionais não agradava a todos, especialmente à parte da elite manauara.

Andrade (2017) chegou rebater o discurso de um médico que, em evento de homenagem do Rotary Clube de Manaus à Associação de Cronistas e Locutores Esportivos do Amazonas (Aclea), teceu elogios ao trabalho desenvolvido pela classe, mas criticou o texto das mensagens lidas pelos locutores. A crítica deu o tom do discurso do cronista, que representava o então presidente da entidade, João Bosco Ramos de Lima, na solenidade.

Recebi o troféu e tinha que fazer o agradecimento. E no agradecimento, eu comecei exatamente assim: Imaginem vocês, me perdoem, porque, de repente, veio a lembrança de um velho senhor que mora lá no Lago do Limão, longe, no meio da

selva, e que, de repente, ele queria saber notícias da família que estava aqui na capital e não tinha outra forma de saber a não ser pelo rádio (ANDRADE, 2017).

E, assim, o rádio servia como testemunha do tempo. Registrava nascimentos, casamentos, mortes, vitórias profissionais. Naquela época, a vida cotidiana se tornava um grande espetáculo. Os funcionários da emissora e o público em geral entravam na sintonia das emoções que tinham como pano de fundo as ondas do rádio. Para se ter ideia das particularidades linguísticas dos avisos, Monteiro (1996) transcreveu algumas dessas mensagens<sup>15</sup>:

Manoel Batista avisa seus filhos Otávio Duarte no Lago do Jari e Paulo Duarte no Abufaru ou onde estiver que sua mãe faleceu dia 05 de abril 17 horas e 08 minutos da tarde, deixando sua família inconformada com o acontecimento, que nós não esperávamos que fosse tão rápida a sua partida. Otávio ela chorou muito queria muito que você vinheci vê-la mas Deus não permitiu mais sua presença entre nós. Ela se foi deixando 21 netos e 07 bisnetos. Esperamos que se conforme com a vontade de Deus (*informação verbal*).

Até os dias atuais, emissoras, como as rádios Rio Mar e Cultura do Amazonas disponibilizam espaço para esses avisos, fazendo as vezes de interlocutoras para comunitários que precisam estabelecer comunicação com parentes, amigos e conhecidos.

## 2.3 Amazônia em cores

A televisão chegou ao Amazonas em meados da década de 1960, quando já estava consolidada no Sudeste do País. Em seus primeiros anos, a primeira TV amazonense enfrentou problemas técnicos.

A primeira emissora de televisão que aparece no Amazonas foi a TV Manuara que surgiu em 1965 como *hobby* da Família Hauache. Foi uma das primeiras TVs a cabo do Brasil, de acordo com Abdul Hauache Neto (1999), Diretor da TV Manaus, Presidente do Sindicato de Rádio e Televisão no Amazonas e filho de Sadie Hauache, fundadora da emissora (CABRALa, 2003, p. 14)

---

<sup>15</sup> (MONTEIRO, 1996, p.92)

Por meio de concorrência pública federal, no ano de 1967, o canal 38 em UHF foi cedido aos donos da TV Manauara, que recebeu o nome de TV Ajuricaba, “resultado da homenagem que a fundadora fez a um dos heróis indígenas da região” (CABRALa, 2003, p.15).

Já na década seguinte, no 1º de setembro de 1972, o jornalista Phelippe Daou inaugurou a primeira estação de TV em cores do Norte e Nordeste do Brasil, que marcaria um novo momento da radiodifusão amazonense. A notória relação entre o grupo Rede Amazônica, proprietário da TV Amazonas, e os militares foi estabelecida antes mesmo do surgimento da emissora. Trata-se de uma aliança que ecoa nas pautas jornalísticas, por meio da cobertura de solenidades e outras ações das Forças Armadas na Amazônia.

Em termos locais, a inauguração de uma emissora de TV em Cores, inteiramente montada por técnicos e engenheiros amazonenses, da torre metálica da antena ao sistema de ar condicionado, posicionava o Amazonas entre as cinco unidades da Federação então servidas por tal tecnologia cinco meses após a realização da primeira transmissão do gênero no país, durante a *Festa da Uva*, no Rio Grande do Sul, em 31 de março de 1972. Num sentido mais amplo, o empreendimento enquadrava a região na estratégia do governo militar de concretizar a instituição da Doutrina de Segurança Nacional, enquanto agente da integração nacional, apesar do mais novo veículo de comunicação manauense não ser filiado, naquele período, à Rede Globo de Televisão (NOGUEIRA, 1999, p. 213).

Com a expansão da TV Amazonas, aos poucos, o público local foi deixando hábitos sociais, como encontros presenciais e passeios. A televisão também representou impactos para as casas de cinema, periódicos impressos e emissoras de rádio.

Não obstante ter incorporado fórmulas como o radiojornalismo sem estar envolvido por uma concorrência intermídia efetiva, o rádio passava a enfrentar, no início da década de 70, uma radiodifusão de imagem e som bem mais amadurecida e, conseqüentemente, bastante competitiva. Face aos desdobramentos da inauguração da TV Amazonas, emissora literalmente antenada com o que havia de mais avançado no setor, os proprietários dos veículos apenas sonoros também vislumbraram as nuvens negras que encobriram os horizontes de empresários cariocas e paulistas nos anos 50 (NOGUEIRA, 1999, p.215).

A exemplo do ocorrido no Sudeste do País, as emissoras de rádio do Amazonas, com exceção da Tropical FM, passaram a dar atenção especial ao radiojornalismo esportivo para fazer frente à televisão. As coberturas rendiam resultados em função das características do rádio, que permitia transmissões de eventos importantes, como jogos da Copa, enquanto a TV exibia esses acontecimentos com atraso.

Nessa fase, o rádio amazonense revelou talentos da locução esportiva, como Arnaldo Santos. Nos anos de 1970, em substituição ao locutor que fazia a transmissão em rede nacional para a Rede de Diários e Emissoras Associados, mas não conseguiu chegar a tempo em decorrência de um atraso no voo, o amazonense realizou a narração radiofônica da Fórmula 1 que ocorria em Almirante *Brown*, na Argentina. O evento consagrou Emerson Fittipaldi campeão.

Quando terminou a transmissão, alguns colegas, por exemplo, de São Paulo, vieram comigo: Poxa, parabéns! Quando eles disseram parabéns, eu já fiquei feliz com isso. Então, voltamos pra Buenos Aires, e eu com a certeza de que, nacionalmente, tinha feito, pela primeira vez, uma transmissão fora do futebol (ANDRADE, 2017).

Mafra e Monteiro (2012, p.58) relatam que, nessa fase, Valdir Correia esteve entre os expoentes do radiojornalismo esportivo amazonense. Dos improvisos na infância, com o uso de latas de leite para narrar jogos, passando pelos alto-falantes na juventude, o locutor chegou ao rádio depois de participar de um concurso promovido pela Baré. Dentre cerca de cem candidatos, foi selecionado juntamente com Nonato Farias.

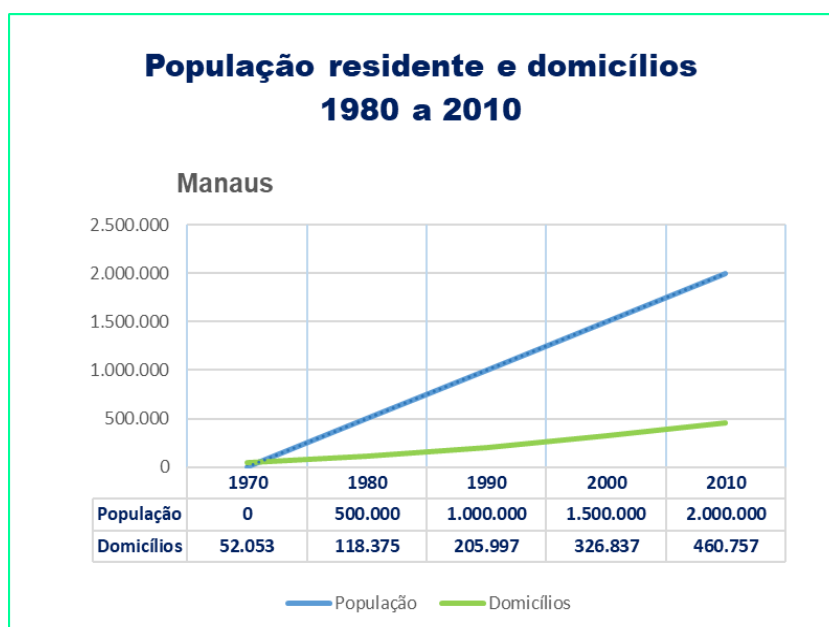
Encantados com o potencial que o locutor desenvolveu para atrair patrocinadores, os donos da Rádio Difusora, Josué Cláudio de Souza e a filha do empresário, Maria da Fé Anzoategui, a Fesinha, decidiram contratar Valdir Correia, que segue na emissora até os dias atuais.

Eu vim para a rádio em 1976. Eu vendia tão bem como locutor esportivo, que chamei atenção da Dona Fesinha e do Seu Josué pai. Aí, eles disseram: “Olha quanto ele vende para o esporte!”. E, ao mesmo tempo, eu era gerente de drogaria. Trabalhava numa drogaria e fazia o esporte na Difusora. Aí, o Seu Josué disse para a Fesinha: “Coloca só ele na rádio, tira ele da drogaria, bota aqui dentro”. A Fesinha conversou e me proporcionou aquilo que eu mais gosto de fazer na vida (MELO, 2017).

A expansão da ZFM, em 1967, é o marco de transição para a indústria na região, com reflexos na inserção de tecnologia e no aumento da densidade demográfica. Semelhante ao que ocorreu no período áureo da borracha, a instalação do modelo econômico de desenvolvimento acelerou, sobremaneira, o crescimento desordenado de Manaus, ao atrair novos fluxos migratórios para a capital.

O Censo Demográfico aponta que, em 1970, a população residente em Manaus era de 311.622 pessoas. Em uma década, esse número mais que dobrou, chegando a 633.383 residentes, em 1980. Já no ano de 1991, quando o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou o Censo referente à década de 1990, Manaus chegava à marca de 1.011.501 habitantes. Em 2000, o número de residentes na capital saltou para 1.405.835 e, em 2010, para 1.802.014.

**Gráfico 1 – População Residente e Domicílios em Manaus – 1980 a 2010**



Extraído de: IBGE, 2010

Com a Zona Franca de Manaus já operando, o Governo Federal percebeu que era preciso tornar a programação das rádios regular, já que ondas hertzianas de fora continuavam chegando ao Estado e atrapalhavam a estratégia de integração nacional.

Além da atração cinematográfica, captava-se as rádios estrangeiras como a BBC de Londres, Voz da América, Rádio de Havana, Rádio Central de Moscou, Rádio Pequim e outras. No último quartel de 1970, o governo federal veio com uma série enorme de emissoras, programadas para serem construídas na região amazônica para ocupar os espaços vazios através da radiodifusão e eliminar completamente a influência das rádios estrangeiras na região (COSTA E LOBO, 1983, p.47).

De certa forma, o discurso de integração nacional acompanha a história da Amazônia desde as expedições do século XVI. Na última década do século XIX, houve utilização das tecnologias elétricas e eletrônicas da comunicação, com o intuito de instalar as bases estratégicas da incorporação.

Mariano Rondon atuou como chefe do Distrito Telegráfico de Mato Grosso, no período de 1892 a 1916, e comandava a comissão que instalou milhares de quilômetros de linhas telegráficas desbravando os rincões do Brasil, promovendo descobertas relevantes para as áreas das Ciências Naturais e sobre povos indígenas do País. Assim, Marechal Rondon, como ficou conhecido, entrou para a história como pioneiro por ter incrementado a construção de linhas telegráficas que interligaram o Centro-Oeste à Amazônia (BRASIL, 2012, p. 44).

Para fortalecer ainda mais a ideia de nacionalismo, foi criada a Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás) em 15 de dezembro de 1975, por meio da Lei N. 6.301. O trabalho, feito em conjunto com a comunidade, defendia a teoria de não entregar a região para o exterior, e integrá-la com o restante do Brasil, discurso ideológico que perpassa gerações. O que se passava no meio da floresta fazia parte do imaginário dos cidadãos do Sul e Sudeste. Com o rádio, os Estados poderiam quebrar as barreiras para comunicarem entre si.

§ 1º As emissoras da RADIOBRÁS deverão operar dentro de elevados padrões técnicos e propiciar a cobertura necessária para atender sobretudo às regiões de baixa densidade demográfica e reduzido interesse comercial, e às localidades julgadas estrategicamente importantes para a integração nacional (BRASIL, Lei Nº 6.301, 1975, art. 1).

Nogueira (1999. p. 253) afirma que, com o surgimento da Embratel e das Redes Radiofônicas via satélite, houve a regionalização de grupos de empresas e a segmentação no rádio amazonense. Por meio da tecnologia, rádios do Norte colocavam em prática as ideologias de uma linguagem e programação única para todo o território nacional, dando início a um modelo de negócio que se expandiu no rádio dentro do contexto da globalização.

## 2.4 A expansão do dial e o rádio de entretenimento

Nos anos de 1980, grande parte das rádios FM era focada no entretenimento ligado à música, resultado, também, da entrada das gravadoras americanas, que fomentaram a indústria fonográfica no Brasil. As emissoras eram embaladas aos sons dos discos-jóqueis (DJs), que transferiam para os estúdios o som das danceterias. Foi a época do boom da indústria cultural, que introduziu programas infantis e de auditório. O rádio e a TV disputavam acirradamente a audiência.

Em 29 de março de 1985, surgiu a Rádio Amazonas FM e, em 1987, a Rádio A Crítica FM, ambas pertencentes a grandes conglomerados de comunicação do Estado. A primeira surgiu dentro da Rede Amazônica e a segunda no grupo Rede Calderaro. Nesse período, as rádios locais passaram a movimentar a publicidade, conquistando a atenção do público, com a oferta de serviços e entretenimento.

Silva<sup>b</sup> (2017) afirma que até os anos 1980, os locutores contavam com o auxílio de operadores de áudio nos estúdios. De 1980 para 1990, houve uma transição, e os locutores passaram a ser, também, operadores – regendo e operando, ao mesmo tempo, as entradas no ar.

As rádios eram muito musicais nos anos 80. Eu sou oriundo do finzinho dos 70 e, no início dos 80, vi uma experiência fruto do governo militar de ter um conteúdo muito forte. Eu ainda peguei essa transição e a invasão americana das grandes gravadoras e da indústria cultural. Ela atingia determinadamente as programações das rádios. Então, eu sou fruto dessa invasão americana, dessa indústria americana que pegou fortemente. Eu lembro que a gente tinha até uma espécie de preconceito com a música brasileira, a gente taxava de brega. A gente taxava isso de experiência FM, porque a experiência em AM era um tanto quanto diferenciada. Era nacional. Era passional. Essa coisa que hoje está voltando muito fortemente, essa identidade brasileira de país que migrou de uma cultura rural para uma cultura urbana (SILVA<sup>b</sup>, 2017).

Enquanto as emissoras mais jovens, que se voltavam ao lazer musical e ao entretenimento, passavam por grandes mudanças estruturais, o que inclui as atividades do locutor, as mais tradicionais mantinham a programação com enfoque na informação e prestação de serviços, características que perduram. Souza Filho (2017) compara a rotina do rádio dessa época com o período atual.

Vamos admitir que você tinha um locutor de um lado e o operador do outro; hoje, eles estão juntos, todo mundo no mesmo aquário e tudo num equipamento disponível. Você não tinha isso. Você tinha um operador, tinha que ter uma pessoa do seu lado para atender o telefone, outro para te assessorar. Eu sempre trabalhei com uma pessoa do meu lado, sempre (SOUZA FILHO, 2017).

Os anos 1990 são marcados pela profissionalização da mão de obra para atuação no rádio no Amazonas. Nessa época, surgem cursos profissionalizantes e superiores em Rádio e TV, promovendo uma guinada na produção de conteúdo radiofônico.

Além do curso de bacharelado em jornalismo, ofertado pela Universidade Federal do Amazonas (Ufam) desde os anos 1960, Manaus passa a contar com os cursos da Fundação Rede Amazônica (Fram), que fundou o Centro de Radiodifusão, em 1996, com vistas a formar técnicos nas áreas de cinegrafia, edição de imagem e locução e apresentação. A unidade já contava com laboratórios de Rádio e TV, proporcionando o experimentalismo entre os alunos que passavam pelo curso.

Na primeira metade de 1996, a Secretaria Estadual de Educação, juntamente com o Conselho Estadual de Educação, autorizaram a Fundação Rede Amazônica ministrar o curso “Técnico em Comunicação”, e no mesmo período o Centro de Radiodifusão dava início aos cursos profissionalizantes na área de comunicação, onde os alunos formados não seriam apenas certificados, mas passariam também a ser diplomados, dando, assim, um passo importante para a preparação de recursos humanos na área de radiodifusão (MONTEIRO, 2010, p. 51).

Por outro lado, essa década também é marcada pela terceirização de espaços no rádio, o que comprometeu seriamente a programação de algumas emissoras, em razão da falta de conhecimento técnico de parte das pessoas que atuavam ao microfone. A cessão de espaço representou uma alternativa às emissoras que não tinham como arcar com os custos de produção inerentes a uma rádio que funciona 24 horas, mesmo que trouxesse à tona a discussão de ser legal (ou não) diante das responsabilidades que envolvem a concessão da outorga.

Em 2002, foi criada a graduação de bacharelado em Comunicação Social – Radialismo pelo Centro Universitário do Norte (Uninorte). O curso possibilitou a expansão da profissionalização em Rádio e TV com a formação em nível superior, abrindo espaço para o experimentalismo e para a pesquisa na área, no Estado. Esse capital intelectual foi



distribuído em diversas atividades envolvendo radiojornalismo e ensino da área, para atuação em redações, produtoras, assessorias de comunicação, universidades, entre outros segmentos.

Ainda no início dos anos 2000, surgiram as primeiras experiências do rádio amazonense na internet. Webrádios alternativas marcaram o experimentalismo digital, entre elas, a Rádio Vertical (segmentada em rock), Rádio Fusão (rádio escola, da Fundação Rede Amazônica – 2001) e Rádio Mall (rádio do Shopping Studio 5 Festival Mall - 2001). Ainda operando no AM, a primeira emissora hertziana do Amazonas a convergir para a internet foi a Rádio Rio Mar, em 2007 (MAFRA *et al* 2011).

Em 2017, o Amazonas vive fortemente o fenômeno das redes radiofônicas, em razão da exigência de modernização das emissoras, do avanço das novas tecnologias e da crise econômica que atingiu o País nos últimos anos. O modelo de negócio oferece alternativa de programação com qualidade, 24 horas, sem os altos custos que as emissoras teriam para ofertar conteúdo local com a mesma duração.

Atualmente, Manaus é a sétima cidade mais populosa do País com 2.130.264 de habitantes (IBGE, 2017). Dados das Estimativas da População 2017, levantamento divulgado pelo IBGE,<sup>16</sup> no dia 30 de agosto de 2017, indicam que a capital do Amazonas tem uma taxa de crescimento anual de 1,71% – o que significa cerca de 35.873 pessoas a mais por ano. Isso faz com que a cidade seja a mais populosa das regiões Norte e Sul.

Nos dias atuais, no aspecto social, Manaus não é diferente dos grandes centros econômicos do País, que sofrem com desigualdades sociais, falta de infraestrutura e deficiência no transporte público. Apesar disso, a capital continua sendo considerada uma cidade próspera, atraindo fluxos dos outros 61 municípios do Amazonas e de outros Estados brasileiros.

Parte desse crescimento demográfico deve-se à economia local, que é dinâmica, embora a capital não esteja posicionada geograficamente nos grandes centros econômicos do País e enfrente problemas de logística. O Produto Interno Bruto (PIB) do

---

<sup>16</sup> IBGE. Panorama de Manaus (AM). Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/am/manaus/panorama>. Acesso em 02 set 2017.

Amazonas ocupa a 15ª posição entre os Estados da Federação, com R\$ 86 milhões e 560 mil (IBGE, 2017).

Nota-se que Manaus, que concentra a maior parte da população do Amazonas, vivenciou momentos marcantes da história do desenvolvimento do rádio no País. O veículo chegou ao Estado para contribuir com o reaquecimento da economia, mas foi muito além. Tornou-se o correio das pessoas do interior, testemunha do cotidiano da cidade, o amado dos profissionais da área, o parceiro dos cinéfilos, enfim, assumiu diversos papéis, se personificando em sujeito social.

### **CAPÍTULO 3: RÁDIO E O COTIDIANO AMAZONENSE**

Logo que surgiu no Amazonas, o rádio priorizava as informações que traziam dados sobre cotações e outras questões ligadas à economia, em razão das relações comerciais envolvendo a borracha e o extrativismo. Também era possível obter informações sobre os horários de chegada e partida das embarcações, tipo de transporte ainda muito utilizado no Estado para locomoção intermunicipal e até intraestadual.

No Amazonas, o rádio ganhou linguagem própria e conquistou lugar singular. No começo, tornou-se o correio dos iletrados e desconectados. O rádio se moldou à cotidianidade amazonense, e encontrou diferentes realidades que possibilitaram diversas formas de atuação. Ora direcionou os caminhos da política, ora reorganizou o pensamento social. Como sistema vivo, entrou sem causar estranheza e permaneceu como parte do DNA.

As notícias esportivas já faziam parte do cotidiano do rádio amazonense desde o hiato radiofônico preenchido pelos alto-falantes. Com o engajamento dos primeiros locutores esportivos que foram sendo forjados direto das quadras para o rádio, o meio tornou-se extensão das modalidades que ocorriam dentro e fora do Amazonas.

A inclinação de Manaus para o cinema também levou o rádio a ceder espaço à sétima arte e, por conseguinte, a toda a cena cultural que envolvia a capital. Os cinéfilos transportaram para o rádio as críticas às produções que iam sendo inseridas na

programação das casas de cinema de Manaus, que por sua vez se utilizavam do rádio para marcar o início e o fim de cada sessão, irradiando os sucessos musicais do momento por meio dos alto-falantes.

A tônica da política acompanha o rádio amazonense desde a primeira emissora, instalada pelo então presidente do Estado, Ephigênio Salles. Anos depois, a história mostra as influências do interventor Álvaro Maia. Também revela que grande parte das emissoras de rádio teve ou tem políticos entre seus proprietários. Claro que essa presença nas emissoras reflete nas mensagens veiculadas no dia a dia da população, por meio da exploração das falhas ou do enaltecimento dos feitos da classe política.

A dinâmica dos avisos, estabelecida no meio da floresta e que servia de acalanto aos mais pobres marcou uma fase do cotidiano amazonense. O rádio era o companheiro que transmitia as notícias sobre a família, os parentes, os amigos. Fossem boas ou ruins, as informações precisavam ser ditas ao ouvinte mais distante, com a sutileza da voz de quem compreende cada palavra e seus impactos no cotidiano do destinatário.

Em meio às diferentes realidades do Estado, o rádio mostra que tem potencial para cumprir os papéis descritos por Roquette-Pinto e endossados anteriormente: o rádio é a voz, o rádio é a política, o rádio é a escola, o rádio é a feira, o rádio é o hospital, o rádio é a religião. O rádio é parte do cotidiano amazônico (MAFRA; MONTEIRO, 2014).

Fraxe (2004) relata como se dava a relação entre o rádio e o cotidiano do amazonense antes do surgimento da TV. O meio tornou-se um utensílio doméstico que denotava prestígio, já que poucos tinham acesso ao aparelho, dadas as dificuldades de crédito antes do advento da Zona Franca. Após a implantação do modelo econômico, até os mais pobres passaram a adquirir aparelhos de rádio.

Quando estive realizando uma pesquisa sobre a expansão dos flutuantes na área de Manaus, verifiquei por exemplo a importância da unidade cultural “rádio” na vida do morador. Sabendo-se que a casa flutuante é de inspiração indígena, evoluindo no material empregado, e que sendo de exíguo tamanho não podia asilar excesso de mobiliário (houve flutuantes de dimensões maiores e até com jardins suspensos), esse mobiliário cedia o passo à aquisição do rádio de antena. Comparando-se a situação de ontem, da casa do pobre, com a introdução da TV hoje, a situação modificou-se porque entrou um outro elemento econômico que não existia antigamente: o sistema facilitário de compra. A abertura da Zona Franca aligeirou a possibilidade de aquisição da variedade utensiliar doméstica e de objetos de comodidade a longo prazo que não seriam possíveis de obtenção no passado (FRAXE, 2004, p.174).

Assim como o amazônida habituou-se à realidade local, marcada por ciclos da natureza, como o da cheia-seca-cheia, o rádio é um sobrevivente em meio às fases de transformação da tecnologia. No dia a dia amazonense, transformou sua identidade enquanto sujeito social, para sobreviver a uma realidade local.

Essa cotidianidade, essa mentalidade que move a vivência dos grupos sociais, que orienta as formas de sociabilidade, que paira sobre todos como um imaginário coletivo e que toma acepções próprias entre grupos e até indivíduos do mesmo grupo, se altera em outros, se compõe e recompõe em situações diversas, repete-se de forma cíclica em vários casos e situações, que se move, que tem dinâmicas próprias, que foge ao convencional, que tem táticas e estratégias de sobrevivência as mais diversas (BARBOSA, 2015, p. 50-51).

Maturana (2001, p. 24-25) entende que esse cotidiano é constituído por fatos que contrapõem as ilusões, o imaginário. Só é possível constatar se um fato faz parte do cotidiano após a análise das situações e do ambiente em que o indivíduo está inserido.

Barbosa (2015, p.26), por sua vez, distingue o cotidiano de sua essência epistemológica da sua existência ordinária. Num sentido mais aplicado, o cotidiano se apresenta em meio à sociedade de forma abstrata, envolta em conflitos. E quando se trata de sua reprodução nos meios de comunicação, traz um sentido aparentemente ingênuo em sua ressignificação, com o intuito de transformá-lo em produto com valor mercadológico:

Noutra visão de cotidiano, deparamo-nos, agora com uma visão aparentemente ingênua (também institucionalizada, tal como a apropriação dos fatos feitos pelos meios de comunicação, que são aparatos tecnológicos, burocráticos e juridicamente situados, vistos como aparelhos de poder, crivados por ideologias, operados por sujeitos com objetivos técnicos ou de poder), que enquadra esse cotidiano no terreno da tradição e dele se apropria para reafirmar a pureza das relações primárias, dos vínculos sociais primários como sólidos, ideal de vida peculiar, desejável para alguns. Assim, suprimindo sua dinâmica, o reduz à categoria de folclore (BARBOSA, 2015, p.26).

Quando se pensa em Amazonas, há paradoxos socioculturais e econômicos que constituem diferentes realidades entre Manaus e os demais municípios. Nos municípios, por sua vez, há outras realidades díspares. A situação se repete quando se compara as cidades com as comunidades adjacentes. Assim, é possível que diferentes comunidades

convivam no mesmo ambiente social, se diferenciando na qualidade do acesso a serviços como internet e saneamento básico.

Em centros urbanos, como Manaus, o rádio se apresenta em diferentes formatos e contextos. Dessa forma, uma realidade peculiar aos primeiros anos do rádio no Amazonas pode se apresentar, nos dias de hoje, como dinâmica de comunidades da capital, dividindo o espaço urbano com grandes emissoras em rede.

Essas realidades permitem que alto-falantes como A Voz Praiana, que foi ao ar pela primeira vez no dia 8 de abril de 1962, ainda mantenham suas atividades, na capital. Essa voz metálica funciona no Centro da cidade, abrangendo quase toda a Feira da Manaus Moderna. Monteiro (2011, p.322) explica que o Sr. Raimundo Maia Ismael fundou a boca de ferro, legado repassado para a filha Ana Maria de Souza Ismael.

Numa outra ponta geográfica da capital, a rádio comunitária A Voz das Comunidades, que entrou no ar, em caráter experimental, no dia 22 de junho de 2011, integra a lista de iniciativas que compõem as realidades do cotidiano urbano de Manaus (MONTEIRO, p. 309-312). Os programas da rádio, que funciona numa comunidade chamada Mutirão, no bairro Amazonino Mendes, zona Norte, são produzidos e apresentados pelos próprios comunitários.

Propiciar esses ambientes de desenvolvimento da comunicação das comunidades entre si e delas com o mundo, não as tira, necessariamente, do seu espaço enquanto lugar cultural. Os diversos sistemas que integram as múltiplas realidades apresentam dinâmicas sociais que têm estrutura própria, inclusive milenares, como as comunidades indígenas, que devem ter sua identidade preservada, sem que haja, porém, limitação do acesso a outras formas de cultura.

Pensar a comunicação na região leva à necessidade de colocar na equação as tecnologias necessárias para superar as distâncias, e ao mesmo tempo, apreender as diferenças culturais e as diferenças práticas cotidianas assumidas pelas populações para viver em ambientes diferentes (MONTEIRO E COLFERAI, 2011, p.39).

A cultura apresenta nuances do cotidiano que permanecem na essência das sociedades, como a oralidade, característica marcante do rádio. As sociedades se transformam, mas a cultura oral, como uma chave do tempo, se perpetua, com a inserção de novos elementos singulares de cada comunidade, momento ou geração.

McLuhan (2005, p.344) interpreta que o rádio vai de encontro ao individualismo enraizado na cultura contemporânea pós-industrialização e traz à tona os costumes das velhas comunidades, ao envolver todos como um tambor tribal. Dessa forma, enquanto meio de comunicação eletrônico, o rádio também é pluralístico e descentralizador.

O rádio provoca uma aceleração da informação que também se estende a outros meios. Reduz o mundo a uma aldeia e cria o gosto insaciável da aldeia pelas fofocas, pelos rumores e pelas picuinhas pessoais. Mas, ao mesmo tempo em que reduz o mundo a dimensões de aldeia, o rádio não efetua a homogeneização dos quarteirões da aldeia (MCLUHAN, 2005, p.344).

Ao refletir sobre as particularidades da Amazônia, complexo do qual o Amazonas faz parte, Benchimol (2009, p.17) alude que o homem e a sociedade, ao longo de um secular processo histórico e institucional, se desenvolveram dentro de um contexto que envolve aspectos geográficos, históricos e econômicos. Sabe-se que o homem amazônico vive em meio à complexidade que eclode de todos os lados, dentro de uma trajetória plural.

O complexo cultural amazônico compreende um conjunto tradicional de valores, crenças, atitudes e modos de vida que delinearam a organização social e o sistema de conhecimentos, práticas e usos dos recursos naturais extraídos da floresta, rios, lagos, várzeas e terra firme, responsáveis pelas formas de economia e de mercado (BENCHIMOL, 2009, p.17).

Para se compreender a cultura amazônica é preciso conhecer as partes que compõem a sua formação social. A Amazônia é uma região marcada por diferentes migrações de povos. No período áureo da borracha, nordestinos e outros brasileiros passaram a contribuir com essa transformação da cultura, embora traços da cultura nativa prevaleçam. Ao descrever a cultura popular, Bosi (1992), acaba por apontar peculiaridades encontradas nesse cotidiano amazônico, tecido a partir da junção de saberes:

Cultura popular implica modos de viver: o alimento, o vestuário, a relação homem-mulher, a habitação, os hábitos de limpeza, as práticas de cura, as relações de parentesco, a divisão de tarefas durante a jornada e, simultaneamente, as crenças, os cantos, as danças, os jogos, a caça, a pesca, o fumo, a bebida, os provérbios, os modos de cumprimentar, as palavras tabus, os eufemismos, o modo de olhar, o modo de sentar, o modo de andar, o modo de visitar e ser visitado, as romarias, as promessas, as festas do padroeiro, o modo de criar galinha e porco, os modos de

plantar feijão, milho e mandioca, o modo de rir e chorar, de pedir e consolar... (BOSI, 1992, p.9).

A cultura é construída ao longo da história por grupos sociais, nem menos ou mais importantes dentro do grande ecossistema. No entanto, considerando a complexidade da sua formação sociocultural, a Amazônia tem sido condicionada a tentativas de desconstrução e silenciamento dessas culturas, nascidas com os nativos e alteradas a partir da intervenção de outros povos.

A nossa história, tal como vem sendo administrada, está pontilhada de exemplos e um deles que está ao mesmo tempo tão próximo e tão distante de nós, é o das formas de resistência e luta indígenas contra sua dominação e exploração colonial e pós-colonial, mas que na realidade é uma história silenciada, subtraída da memória (PINTO, 2015, p. 14).

A valorização ou o desprezo por determinados sistemas culturais em detrimento de outros acabam ganhando novos sentidos com a introdução dos meios de comunicação no cotidiano. O conteúdo dos meios submete as culturas a modelos estruturados conforme padrões políticos, econômicos ou ideológicos.

Essa é uma discussão que também permeia o rádio na Amazônia. Trata-se da cultura mediada pelos meios massivos. Sua adoção inseriu novos modos e construiu outros costumes, ao apresentar possibilidades de interação. Por outro lado, é preciso considerar a submissão das culturas da região às que vão sendo inseridas pela mediação.

As idiosincrasias constituem os sistemas culturais, estruturados de modo a estabelecer interações internas e externas. Toda cultura tem crenças, formas de trabalho, linguagens, estruturas familiares, convivência social e ideologias, que orientam e equilibram o modo de viver.

Dessa forma, é possível compreender a cultura amazônica em “um sentido razoavelmente amplo de forma a incluir atitudes, mentalidades e valores e suas expressões, concretizações ou simbolizações em artefatos, práticas e representações” (BURKE, 2003, p. 16).

Na era da convergência, a cultura se manifesta com intensidade na grande rede. Até o mais tímido dos seres humanos estabelece seu lugar de fala no meio digital. Assim,

é inevitável o surgimento de grupos que convergem em ideias e de outros com embates ideológicos, porque na era da internet, o produto é "feito para ser discutido, dissecado, debatido, previsto e criticado" (JENKIS, 2009, p. 54).

Nessa rede que traz novas dimensões à cultura, a análise do comportamento dos sujeitos sociais também é ponto de partida para entender as formas de uso e impacto do rádio e de outras mídias na sociedade.

### 3.1 Os sujeitos sociais do rádio

Os primeiros passos do rádio no Brasil se deram por meio das rádios sociedades e do radioamadorismo. As primeiras, também chamadas de *rádios clubes*, eram mantidas pelas contribuições de seus associados – uma classe formada pela elite. Portanto, era de se esperar que a programação radiofônica das rádios oficiais dos anos 1920 fosse erudita. A visão de Roquete-Pinto também contribuía para esse espírito culto das rádios sociedades. Afinal, seu ideal era utilizar o rádio para educar a população.

Mas, a programação não agradou a massa. “Assim, os primeiros anos do rádio foram difíceis: muita música clássica, muita ópera, muita *conversa fiada* e a colaboração graciosa de alguns artistas da sociedade” (FERRARETTO, 2008, p.31). Em meio a esse cenário, a programação das rádios amadoras se fortalecia no País.

Somente a partir de 1926, a programação radiofônica passou a contemplar outros estilos musicais como, o folclore, a música popular, e o samba (NOGUEIRA, 1999). Isso porque o modelo de negócio focado na contribuição dos associados das sociedades de rádios se tornou inviável. Ainda assim, o rádio era ouvido apenas pela parcela da população que possuía recursos para adquirir os receptores importados. Diante disso, aumentava, no Brasil, o número de pessoas que confeccionavam seus próprios receptores artesanais, a exemplo do que ocorria na Europa:

Os trabalhadores trocavam entre si esquemas técnicos de montagem (publicados em revistas especializadas que começaram a circular já no início dos anos 20), peças de reposição e utilizavam grupalmente os aparelhos que construíam. A preocupação básica era poder ouvir o novo meio uma vez que o preço do receptor era elevado. Assim, construí-lo era uma forma de satisfazer a esta aspiração. A partir deste envolvimento inicial, foram sendo criadas condições para uma



participação explicitamente política. Com os aparelhos que montavam, era possível ouvir inclusive programas do exterior, principalmente as emissões operárias da União Soviética (ORTRIWANO, 2008, p. 60-61).

Começa a surgir, assim, uma forma de participação das massas no rádio. No Amazonas, esse primeiro contato com o rádio se deu por meio dos aparelhos de galenas e dos alto-falantes. Dessa forma, desde a fase do experimentalismo do rádio, diferentes grupos se apropriam do veículo, emprestando-lhe suas características ou obrigando-o a adaptações, a fim de torná-lo extensão do cotidiano.

No passado, a relação entre as pessoas e o rádio levava grupos de amigos e famílias às praças de Manaus, onde estavam afixados alto-falantes, por meio dos quais eram realizadas transmissões. O rádio também estava nas feiras, onde se mantém operando até os dias atuais, como é o caso da Voz da Panair, um alto-falante que funciona das dependências da feira de mesmo nome, no bairro de Educandos.

Aos poucos, grupos de aficionados, admiradores, radioapaixonados, entre outros, foram apropriando-se do rádio, lançando mão de seu poder de convencimento para atingir os ouvintes. Com sua atuação no rádio, esses grupos sociais com inclinação para diferentes áreas – política, esporte, cinema, comunidade, entre outros – engajaram-se em atingir a audiência dos alto-falantes e das emissoras.

Cronistas e locutores esportivos se apropriaram do veículo como meio para além da narração. Nas suas vozes, o rádio no Amazonas virou a arena, não apenas das modalidades esportivas, mas dos discursos políticos, de cidadania, valores e educação. Tudo isso no rádio metamorfoseado em instrumento dos sujeitos sociais.

Não se trata de criticar o uso do rádio. Pelo contrário, refletir sobre essas nuances permite compreender a influência que os diferentes grupos sociais exercem sobre o meio e a influência que o rádio exerce sobre esses sujeitos e na sociedade.

A sociedade, em constante evolução, propicia o surgimento ou mesmo reaparecimento de mentalidades sociais, possibilidade que traz certa preocupação. Uma volta no passado permite verificar que, na linha do tempo, surgem sociedades de grupos extremistas que disseminam ideologias baseadas na supremacia e até extermínio de outros grupos.

Diante disso, o entendimento das relações que se formam a partir das interações entre o rádio e as pessoas e entre o rádio e os grupos sociais, permite antever cenários

de transformações do meio sonoro em tempos de mudanças tecnológicas e sociais. Os novos usos do rádio pelos grupos que emergem são motivos de reflexões.

### **3.2 O rádio e os grupos sociais**

A relação entre as pessoas e o meio sonoro vem se reconfigurando, na era da convergência. Agora, o rádio se move junto com sua audiência, que é cada vez mais segmentada e participativa. No Amazonas, em diferentes formatos, é o companheiro do motorista e do passageiro de ônibus; o viajante dos rios; a voz das comunidades. Por esses motivos, é imprescindível que o rádio adéque a linguagem à realidade local.

Dantas (2009, p.27-38), após convivência com ribeirinhos do Médio Solimões, descreve o rádio que irradia comunidades interioranas. Nesses locais, o meio sonoro acaba atuando como importante instrumento na prestação de serviços por meio da oralidade, forma que as comunidades já utilizam para repassar o conhecimento às gerações.

As ondas sonoras de frequência modular, no médio Solimões, conseguem romper as barreiras geográficas, a distância e o analfabetismo, levando aos ouvintes informações sobre o defeso das principais espécies de peixe exploradas, cursos de capacitação disponíveis, épocas e documentos necessários para solicitar seguro desemprego, seguro maternidade entre outras. Tem a credibilidade da voz amiga, do companheiro de jornada, em uma sociedade onde o conhecimento ainda se fantasia de conto, povoa o imaginário das pessoas e se perpetua de pai para filho (DANTAS, 2009, p.37-38).

Apropriar-se da linguagem das pessoas confere ao rádio ressignificação enquanto sujeito social. O rádio tem linguagem própria. Ocorre, que dependendo dos sujeitos sociais que se apropriam do meio, ele incorpora a linguagem peculiar desses grupos. Assim, a forma de produzir rádio se molda às singularidades dos sujeitos.

Touraine (2009, p.168) explica que o sujeito de hoje é um ator social que age coletivamente, mas que está sempre pensando em si. Também defende que, no século XXI, o sujeito está engajado em movimentos culturais e não em movimentos de ordem econômica, como ocorreu logo após a Revolução Industrial.

Nesse sentido, na sociedade contemporânea, emergem movimentos sociais ligados a causas feministas, raciais, de identidade de gênero, entre outras – que se

opõem a grupos dominantes. Na visão de Touraine (2009), mesmo agindo coletivamente, o sujeito tem consciência de seu valor particular, o que não é levado em consideração pela mídia e por parte dos sociólogos, que voltam suas análises para os grandes acontecimentos coletivos, deixando de lado as particularidades dos sujeitos, manifestadas no cotidiano.

Atualmente é mais urgente e difícil buscar a presença do sujeito nas relações mais próximas e não somente nas coletivas nem nas mais organizadas. Não cederei a tentação de somente buscar o sujeito no cume das montanhas ou no cimo dos monumentos. O sujeito está no universo largamente inconsciente, nas relações entre pais e filhos, no universo dos amores e ódios, na construção da identidade pessoal e na consciência de pertencer a uma linguagem, a uma tradição, a uma comunidade, a uma história. O sujeito realmente não existe a não ser se for capaz de viver a tensão entre a pertença a grupos e à história, e a consciência de si (TOURAINÉ, 2009, p.168).

Quando os sujeitos sociais se apropriam do rádio, a linguagem se molda à cultura das comunidades para as quais eles comunicam. Os assuntos e a forma de repassar as mensagens tornam-se peculiares, inerentes aos interesses dos sujeitos. Os avisos de rádio que fizeram sucesso no Amazonas, no passado, são exemplo desse modo de ser do rádio.

O rádio é linguagem, principalmente linguagem falada ou cantada, uma composição de sons e silêncio. Uma vez em posse das pessoas, o meio adquire as linguagens dos sujeitos, porque a linguagem aproxima ou distancia os grupos sociais.

A língua, no seu sentido, digamos, abstrato, é uma propriedade de todo o grupo social que a emprega. Mas isto é uma mera abstração, essa língua não existe. O tempo, os acidentes regionais, as profissões se encarregaram de transformar essa língua abstrata numa quantidade de linguagens concretas diversas. Cada grupinho, regional e profissional, se utiliza de uma delas. Deus me livre negar a existência de uma língua "cultura". Mas esta é exclusiva apenas de um dos grupinhos do grande grupo social. Essa é a língua escrita, por excelência, tradicionalista por vício, conservadora por cacoete específico de cultismo. Ou de classe. Mas já está mais que observado que os mesmos indivíduos que escrevem nessa língua culta, muitas vezes se esquecem dela quando falam (ANDRADE, 2005, p.115).

Em razão da busca pela audiência, no geral, o rádio adotou a linguagem menos culta, mediana, capaz de ser compreendida e aceita pela maioria das pessoas. Sendo assim, o rádio, um meio complexo, adota linguagem niveladora, atraente aos incultos e audível aos cultos.

O rádio é por essência instrumento de mediana, a quem podem com interesse, utilidade e vaidade subir as pessoas incultas, mas a que as pessoas cultas se fadigam em descer. Foi, pois, o rádio obrigado a abandonar totalmente a parte culta do público e a não considerá-lo como participante do seu “espaço vital”. A geografia do rádio não alcança as montanhas elevadas da cultura. Fica-se pelos vales, pelos platôs largos e pelos litorais. Daí, sua linguagem particular, complexa, multifária, mixordiosa, com palavras, ditos, sintaxes de todas as classes, grupos e comunidades. Menos da culta, pois que desta ele apenas normalmente se utiliza daquelas cem palavras e poucas normas em que ela coincide com todas as outras linguagens dentro dessa abstração que é a Língua (ANDRADE, 2005, p.117).

Ao criar relação com as pessoas, o rádio volta à sua essência. Isso ficou perceptível após o surgimento da TV, uma vez que dois fatores começaram a influenciar o rádio com o advento, especialmente no quesito radiojornalismo: regionalização e individualismo. Depois que a televisão surgiu, “mais que qualquer outro *mass media*, o rádio foi se tornando um companheiro íntimo das pessoas” (ALVES, 2005, p.163).

O rádio é a escola. Nos anos 1920, as radioescolas – propostas por Roquette-Pinto, constituíram as primeiras tentativas bem-sucedidas de ensino a distância no Brasil com o uso do rádio (FERRARETTO, 2006, p. 2). No Amazonas, o Projeto Aprovar<sup>17</sup>, criado pela Universidade do Estado (UEA), em 2003, apresentou êxito ao retransmitir aulas a estudantes do ensino Médio da capital e do interior por meio de emissoras de rádio e televisão. Vê-se nos dois casos que o meio sonoro é uma importante ferramenta a favor da educação.

O Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD) tem entre seus objetivos a criação de rede de educação a distância. No contexto da digitalização, as redes radiofônicas poderiam ser usadas como dispositivos sociais com esse intuito de propiciar acesso ao conhecimento. Basta que para isso haja interesse em diversificar a programação, suporte técnico e estrutura adequada nas comunidades.

O Ministério da Educação (MEC) prevê que as escolas municipais e estaduais de tempo integral considerem a comunicação e o uso de mídias, nas suas atividades. Isso está previsto no Programa Mais Educação, criado pela Portaria Interministerial nº 17/2007 e regulamentado pelo Decreto 7.083/10, o que sustenta e fomenta o uso da linguagem radiofônica como instrumento da educação no âmbito das escolas.

---

<sup>17</sup> UEA. PDI 2007-2011. Disponível em: <http://www.pdi.uea.edu.br/data/area/c20/download/1-1.pdf>. Acesso em: 19 out 2017.

Iniciativas que se utilizam do rádio têm surgido em Manaus, a exemplo do que ocorreu em 2008, na Escola Municipal Dr. João Queiroz<sup>18</sup>, situada na zona Norte da capital, que montou um sistema interno de rádio para incentivar alunos e professores a se envolverem nas atividades da instituição. A rádio mudou a cultura interna da escola que, entre outras ações, substituiu o uso da campainha por músicas que passaram a marcar o horário de entrada e saída dos alunos.

Na capital, também há casos de escolas que se utilizam da plataforma web para comunicar com linguagem radiofônica. Um exemplo é a Escola Estadual Professora Adelaide Tavares de Macedo<sup>19</sup>, localizada no bairro Alvorada, zona Centro-Oeste de Manaus, que no dia 15 de agosto de 2017 inaugurou a webrádio Atm Mix, criada por meio do Programa Ensino Médio Inovador (Proemi), do MEC. A webrádio disponibiliza dicas para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), entre outras informações de interesse da comunidade escolar.

O rádio é política. McLuhan (2005) afirma que o rádio afeta a psique humana a ponto de mexer com as ideologias, como ocorreu com Hitler, que se utilizou do meio para propagar o nazismo. “Se a TV já existisse em índice ponderável durante o reinado de Hitler, ele teria desaparecido logo. E se a TV tivesse surgido antes, não teria havido Hitler” (MCLUHAN, 2005, p.336).

Ferraretto (2007) relata que no período da ditadura, as concessões de rádio e de televisão eram instrumentos de “consolidação dos governos militares”. Quando não cassavam os direitos das empresas de radiodifusão que não seguissem as normas estabelecidas pelo regime, os governos distribuíam as concessões a grupos econômicos simpatizantes da ditadura ou a políticos da Arena e do sucessor do partido, o PSD.

O nome de Antonio Carlos Magalhães, que figurava entre os partidos agraciados por concessões no governo Figueiredo, aparece novamente no governo Sarney, acusado de oferecer outorgas em troca de apoio político:

---

<sup>18</sup> FAPEAM. Revista Amazonas faz Ciência. Nº14. Disponível em: <http://www.fapeam.am.gov.br/wp-content/uploads/2013/06/revista-fapeam-14.pdf>. Acesso em 20 out 2017.

<sup>19</sup> AMAZONAS NOTÍCIAS. Disponível em: <https://amazonasnoticias.com.br/escola-estadual-prof-a-adelaide-tavares-de-macedo-inaugura-web-radio-na-escola-e-disponibilidade-para-sistema-android/>. Acesso em 20 out 2017.

Da ditadura para a Nova República, não houve alteração significativa nesta prática. O mesmo Antonio Carlos Magalhães, convertido ao Partido da Frente Liberal e ocupando o Ministério das Comunicações, seria acusado de usar politicamente a outorga de concessões no período presidencial de José Sarney. Preparando o terreno para obter apoio para chegar ao governo baiano, ACM distribuiu 56 emissoras de rádio e sete de televisão. Com esta prática, garantiu uma base de sustentação que já contava com a TV Bahia, afiliada da Rede Globo e canal de maior audiência no estado (FERRARETTO, 2007, p.180).

No Amazonas, uma experiência radiofônica mudou os rumos da política estadual no início do século XXI. Em 2005, foi criado o Programa Fala Governador, no qual, o então governador Eduardo Braga, fazia as vezes de locutor, adentrando os lares amazonenses aos sábados, pela manhã.

O programa era transmitido a 50 municípios em 54 emissoras de rádio, simultaneamente. Braga deixou de ser o governador dos porta-retratos oficiais encontrados nos órgãos públicos para o tornar-se o companheiro de jornada de milhares de amazonenses.

Elementos de produção, como o jingle “Orgulho de Ser Amazonense”, gravado pelos principais artistas locais e também utilizado na campanha política de Braga, caracterizavam o programa, que era transmitido em *pool*<sup>20</sup> pelas principais emissoras de rádio do Estado.

Para o completar o grupo de apresentadores do programa, também foram convidados humoristas e políticos da base aliada, entre eles José Melo – hoje adversário político de Eduardo Braga. Melo chegou a substituir Braga no programa e depois na cadeira de governador, derrotando o peemedebista nas eleições de 2014.

A Procuradoria Regional Eleitoral no Amazonas (PRE-AM) pediu a cassação<sup>21</sup> de Eduardo Braga em 2010, quando ele foi eleito senador, por uso abusivo de poder político e econômico e por uso indevido dos meios de comunicação. Na avaliação do órgão, além de se autopromover quando era governador, Braga praticou propaganda eleitoral antecipada com recursos públicos.

---

<sup>20</sup> Transmissão de forma simultânea entre as emissoras quando estas realizam um acordo temporário para formação de um grupo único. Essas ações ocorrem esporadicamente como, por exemplo, para a transmissão de eventos esportivos. EBC. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/institucional/sobre-a-ebc/noticias/2018/10/ebc-coordena-o-pool-de-emissoras-para-transmissao-da-propaganda-eleito>. Acesso em 16 jul 2017.

<sup>21</sup> JUSBRAZIL. PRE/AM pede cassação de Eduardo Braga por abusos no programa Fala Governador. Disponível em: <https://mpf.jusbrasil.com.br/noticias/2512271/pre-am-pede-cassacao-de-eduardo-braga-por-abusos-no-programa-fala-governador?ref=amp>. Acesso em 20 out 2017.

Ao analisar programas de 2008, a Procuradoria concluiu que o político usava o rádio para preparar sua eleição ao cargo de senador da República. Ao analisar 18 programas do mesmo ano, escolhidos por amostragem, a PRE-AM destacou o número de vezes em que os nomes de Braga, Omar Aziz (governador eleito em 2010) e José Melo, vice de Omar, foram citados nas edições analisadas: Braga (158), Omar (11) e Melo (74).

A Agência de Comunicação (Agecom), como era chamada a Secretaria de Comunicação na época, informou à Procuradoria que, de janeiro a junho de 2010, foram gastos mais de R\$ 4.310.019 – sendo que quase R\$ 198 mil eram direcionados ao custeio da produção e outros R\$ 4 milhões foram investidos somente na veiculação do programa.

O rádio é religião. (PÉRES, 2002) registra que, nos anos 1950, protestantes usavam o rádio para atrair fiéis. Um exemplo foi um pastor chamado Martins, que fazia pregações em templos de Manaus e por meio uma emissora de rádio.

Ferraretto (2007) lembra que nas duas últimas décadas do século XX, seitas e igrejas brasileiras utilizaram o rádio como instrumento de conversão religiosa. Cita a Igreja Universal do Reino de Deus, que no final dos anos 1970 começa a atuar na radiodifusão sonora por meio do aluguel de espaço em rádios, e a Rede Canção Nova, que dedica, integralmente, sua programação à evangelização.

Desde a década de 1990, a Igreja Universal do Reino de Deus no Amazonas tem transmitido a programação da Rede Aleluia por meio de arrendamentos. A retórica, que se utiliza da teoria da prosperidade, dos testemunhos narrados, entre outros elementos polifônicos, confundem a programação radiofônica da emissora com um culto.

Em Frequência Modulada, a Rede Aleluia já foi transmitida pela 95,1 FM – outorga que pertence ao Grupo Raman Neves de Comunicação. E, em março de 2016, a igreja arrendou o canal 91,5 FM, da Rede Tiradentes. No mesmo ano, o Grupo Raman Neves passou a retransmitir a Nativa FM Manaus.

O poder de comunicação da Rede Aleluia se estendeu, ainda, por meio das Ondas Médias, quando sua programação chegou a ser retransmitida pelo sinal da Rádio Baré (1440 AM), a partir de 2009 até a Baré ser arrendada pelo grupo Rede Amazônica. Antes de ceder seu sinal à Rede Aleluia, a Rádio Baré veiculou a programação da Rádio Globo Manaus até 2009 (MONTEIRO, 2011, p.321).

A década de 1990 também marca a aquisição da Rede Boas Novas (RBN) pela Assembleia de Deus no Amazonas. A emissora atraiu parcela do público, numa época em que o consumo de produtos do meio cristão-evangélico e não cristão tinha públicos bem definidos e opostos. De dentro dos templos, espalhados pelos bairros de Manaus, a igreja movimentou fiéis em torno da nova programação.

A RBN foi a emissora responsável por retransmitir dos seus estúdios, instalados no complexo Canaã, no bairro Japiim, o programa Fala Governador. Monteiro (2011, p.324) sugere um estudo aprofundado da emissora, ao analisar a atuação das rádios amazonenses que veiculam programação religiosa.

A Rádio Rio Mar, que começou com uma programação eclética acabou indo para o domínio da Igreja Católica, no início dos anos 1960. Hoje tem como foco o público cristão-católico. Apesar de ter reformulado a sua programação em 2017, a emissora ainda mantém em sua programação programas de cunho não religioso. E essa é a principal característica que a diferencia da Rede Aleluia e da Rede Boas Novas. Nas três, porém, há algo em comum: as emissoras afirmam que sua missão é evangelizar (MONTEIRO, 2011, p.324).

O rádio é tribal. Recentemente, jovens indígenas do Alto Rio Negro, no Amazonas, lançaram um boletim de áudio chamado Wayuri<sup>22</sup>, que será distribuído entre os povos da região via radiofonia, internet, WhatsApp e rádios AM e FM. O Alto Rio Negro tem três municípios: São Gabriel da Cachoeira, Santa Izabel do Rio Negro e Barcelos.

Dados da Anatel indicam que não há emissoras de rádio nas cidades de Barcelos e Santa Izabel do Rio Negro. O município de São Gabriel da Cachoeira tem uma emissora de rádio comercial de Frequência Modulada, que opera em 92,7 FM, e duas emissoras comerciais que operam em Ondas Médias: 600 OM e 880 OM. Essa escassez de cobertura radiofônica, aliada às falhas de serviços de internet, explica a organização social dos jovens indígenas em torno da criação de uma rede de comunicadores.

Interessante que os jovens se preocupam em distribuir o conteúdo em diversos formatos e línguas. Eles também criaram uma rede com correspondentes dos vários povos que compõem as comunidades do Alto Rio Negro. O ritmo da narração dos repórteres, a linguagem e os assuntos abordados revelam características dos povos indígenas da Amazônia.

---

<sup>22</sup> INSTITUTO SOCIOAMBIENTAL. Disponível em: <https://www.socioambiental.org/pt-br/noticias-socioambientais/nasce-a-rede-de-comunicadores-indigenas-do-rio-negro>. Acesso em 15 out 2017.



O primeiro boletim foi produzido entre 30 de outubro e 3 de novembro, na sede do Instituto Socioambiental (ISA), em São Gabriel da Cachoeira, durante a I Oficina de Formação da Rede de Comunicadores Indígenas do Rio Negro. Essa preocupação com a formação dos indígenas deu ao informativo um tom profissional, observado na estética sonora do programa, que conta com elementos de produção do rádiojornalismo.

Essa apropriação e ressignificação dos meios de produção de informação pelos indígenas pode ser explicada pelo viés da Folkcomunicação, conceito criado por Luiz Beltrão, na década de 1960 e reforçado em 1980. O teórico brasileiro se utiliza desse termo para estudar e explicar como agentes e meios populares decodificam e repassam informações aos grupos marginalizados nos grandes centros urbanos e do meio rural. A Folkcomunicação compreende que os líderes comunitários de opinião são agentes que interpretam e traduzem as mensagens dos meios tradicionais para suas comunidades.

Com a preocupação de descobrir como as camadas populares se informavam e como sintetizavam suas opiniões, Beltrão buscou resposta nas manifestações folclóricas e na mediação dos líderes comunitários de opinião (CARVALHO, 2006, p.111).

Por muito tempo, especialmente no período da borracha na Amazônia, o regatão foi um agente folkcomunicacional na região, servindo de elo entre as comunidades interioranas e as cidades. Assim como Barbosa (1980), outros pesquisadores demonstraram, em seus estudos, a importância desse agente no desenvolvimento do fluxo de comunicação entre as cidades e as comunidades do interior.

Antes do rádio, o contato entre o homem do interior da região e o mundo urbano, era feito pelo barco que abastecia os seringais e pequenas povoações com suas mercadorias. A casa aviadora ou “regatão” quebrava o isolamento e levava também as cartas dos parentes que viviam nas localidades, às margens dos rios (FERREIRA, 2005, p.1).

Os indígenas do Alto Rio Negro, que já mantinham um boletim impresso desde os anos 1990, decidiram usar a linguagem do rádio para saciar o desejo de comunicarem entre si, na era da convergência, ao criarem o Wayuri. McLuhan (2006, p. 145) associa esse uso do rádio à essência das comunidades tribais, conectada a laços familiares e coletivos.

Para os povos tribais, para aqueles cuja existência social constitui uma extensão da vida familiar, o rádio continuará a ser uma experiência violenta. As sociedades altamente letradas, que há muito subordinaram a vida familiar à ênfase individualista nos negócios e na política, têm conseguido absorver e neutralizar a implosão do rádio sem revolução. Mas o mesmo não acontece com as comunidades que ainda não possuem senão uma breve e superficial experiência de cultura letrada. Para estes, o rádio é absolutamente explosivo (MCLUHAN, 2005, p.145).

Adotando conceitos da Teoria dos Estudos Culturais (MARTINO, 2009, p.242), percebe-se como as pessoas se utilizam da mensagem do rádio em seu cotidiano. É um entendimento de que o rádio, assim como outros meios de comunicação, integra o dia a dia, mas as ações das pessoas são fruto de suas decisões baseadas em diversos fatores do cotidiano. Assim, o ser humano articula sua vida de forma ativa, usando a mensagem dos meios como lhe convém. O rádio não o domina.

Sabendo que o rádio pode ser instrumento de manifestação de diferentes pensamentos, há sujeitos sociais que se apropriam de sua linguagem para comunicar. Dessa forma, os sujeitos criam códigos para passar mensagens, que serão decodificadas de diferentes maneiras pelos receptores. É um modo de codificar e enviar mensagem para testar a recepção e, com ela criar relações. Os meios criam espaços de lutas, de conflitos entre grupos. Cada grupo social, no entanto, irá usar a mensagem conforme a sua cotidianidade.

Martino (2009, p.247) explica que John Fiske abordou estratégias para ler televisão em *Television Culture*, de 1989, e *Reading television*, de 1993, para exemplificar como diferentes grupos fazem uso das mensagens veiculadas. Dessa maneira, as mensagens da mídia têm algo a dizer, podendo ser instrumento de mudança, mas também de legitimação de valores de uma sociedade dominante. No entanto, o receptor dessa mensagem não é um ser indefeso. Ele articula-a com o seu cotidiano.

Essa teoria se redimensionou na cultura digital. A partir do entendimento de que o ciberespaço se tornou lugar das lutas e de ressignificação da cultura, Pramod K. Nayar relacionou a cibercultura aos Estudos Culturais britânicos (MARTINO, 2015). No geral, os Estudos Culturais entendem as ações do dia a dia como resultado da cultura das pessoas e de suas relações com os diversos elementos com os quais elas estão em constante contato.

As culturas humanas, com suas características, dinâmicas, conflitos e paradoxos, migram para o ciberespaço, o que implica transformações contínuas, a ponto de se tornarem irreconhecíveis para seus correlatos no mundo físico. Isso leva diretamente a uma noção de “cibercultura” pensada nos termos dos Estudos Culturais, como um espaço dinâmico de tensões e conflitos de representação (MARTINO, 2015, p.49).

Ao longo da trajetória do rádio, sujeitos ou grupos se apropriam do meio para disseminar conteúdo. Por vezes, o rádio cede às características desses grupos que se utilizam de sua tecnologia de transmissão para atingir determinados públicos. Dentro desses grupos, o rádio ressignifica sua mensagem, repleta de representações das culturas.

O rádio é a voz, o rádio é a política, o rádio é a escola, o rádio é a feira, o rádio é o hospital, o rádio é a religião, o rádio é a Amazônia. Basta que para isso tenham aparatos dos mais simples aos mais tecnológicos e que tenha gente disposta a escutar as mensagens, sendo pelas ondas eletromagnéticas das emissoras comerciais, comunitárias ou pelos alto-falantes dispostos em postes ou em torres que ecoam em meio à floresta (MAFRA & MONTEIRO, 2014).

O rádio é mágico (Schulberg, 1989). O rádio mexe com a imaginação, envolvendo o ouvinte de forma singular, ao estabelecer conexão com seus sentidos por meio de elementos que fazem parte da memória. No Amazonas, as ondas invisíveis das vozes moduladas ecoam nos rios e nos rincões da floresta. Nessa perspectiva, entende-se que o rádio vai além da tecnologia, e se personifica no cotidiano, tornando-se sujeito social.

## **PARTE III: O RÁDIO E A AUTOPOIESE**

“Na rádio, os sons e as palavras revelam a realidade com a sensualidade do poeta, e nela se encontram os tons da música, os sons mundanos e espirituais, fazendo assim a música penetrar no mundo das coisas; o mundo se enche de música, e a nova realidade criada pelo pensamento se oferece de modo muito mais imediato e mais concreto do que no papel impresso; o que até há pouco havia sido somente ideias escritas, passou a ser algo materializado e bastante mais vivo.”

Rudolf Arnheim

A natureza é fonte de inspiração na busca de respostas sobre a existência humana. Ao refletir sobre a alegoria da caverna de Platão<sup>23</sup>, Aristóteles concluiu que um objeto nada mais é que o poder de extrair dele substratos que irão adquirir formas e se transformarão em uma nova realidade. Porém, faz-se necessário sair do mundo das sombras para enxergar sob novas e reais perspectivas.

Domingues (1999, p.193) complementa, ao analisar as modificações operadas pela física newtoniana nas quais “os fenômenos são as coisas tais como elas se oferecem à observação e à experiência”. E é por meio da observação e de experiências que surgiram as grandes invenções na história, a partir de uma relação complexa marcada por dois protagonistas: o homem e a ciência.

O século XX trouxe muitos desafios para a ciência, entre eles, o de se reinventar a partir do entendimento de que a complexidade é um caminho para compreensão dos fenômenos a partir do todo e não do isolamento das partes, como acredita a ciência clássica. “É por isso que se trata agora de reconhecer os traços constitutivos do complexo, que não contém apenas diversidade, desordem, aleatoriedade, mas comporta, evidentemente também, suas leis, sua ordem, sua organização” (MORIN, 2005, p.8).

É inegável que a cada nova tecnologia que surge emergem novas formas de se viver, novas culturas e outras possibilidades de se organizar em sociedade. Assim foi com o machado, a roda, a pólvora, a eletricidade, a lâmpada, o telescópio, a prensa, o rádio, a televisão, o satélite, o computador e a internet, entre tantas invenções que resultaram da criatividade do homem. Afinal, a complexidade está no mundo em todas as coisas (materiais ou não) (ALMEIDA, 2006).

Por muito tempo, as ciências naturais buscaram revelar a essência dos fenômenos ocultos desprezando as particularidades subjetivas ligadas a fatores que não estavam enraizados no problema estudado, partindo-se da premissa de que estes não poderiam influenciar nos resultados, se isolados. Dentro de uma perspectiva moderna, não se pode negar que a multidisciplinaridade é a mola contemporânea da quebra de paradigmas a ser discutida nas novas ciências por meio da complexidade (MORIN, 2005, p.8).

---

<sup>23</sup> PLATÃO. A República. Livro VII: A alegoria da caverna. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016. P.273-281.

A Teoria Geral dos Sistemas, que tem por essência a complexidade, destaca as contribuições das ciências clássicas como auxílio à compreensão de fenômenos relacionados às mais diversas áreas do conhecimento, incluindo as Ciências Sociais (BERTALANFFY, 2012, p.55). Enquanto a ciência clássica interpretava os fenômenos por meio da mecânica e seus sistemas fechados, a ciência moderna se inspira na cibernética, entendendo os fenômenos como organismos vivos, constituídos por sistemas abertos.

À luz da complexidade, as ciências da comunicação têm observado os fenômenos e como estes têm se dado em ecossistemas complexos nos quais meios, tecnologias, empresas, instituições, profissionais e sociedade interagem cotidianamente. Afinal, faz-se necessário “entender que a comunicação não é um fenômeno isolado; ela envolve um ambiente cultural que ao mesmo tempo interfere e possibilita a construção, a circulação e a significação das mensagens” (PEREIRA, 2011, p.51).

Enxergar o mundo na perspectiva da complexidade é dar asas à sensibilidade e perceber além do que está posto; sentir e experimentar a subjetividade das coisas em seus movimentos, interações e transformações. É através do pensamento complexo e da quebra de paradigmas proposta por ele que a ciência encontra inspirações para a compreensão dos fenômenos, na própria dinâmica da vida, por meio da Autopoiese.

Capra (2005, p.27) interpreta a Autopoiese como a própria compreensão científica da vida. Na prática, ela consiste na autorregeneração da célula dentro de sua própria estrutura, em resposta às tensões do ambiente no qual se encontra. Sendo um sistema vivo aberto, a célula tem um padrão de organização e autogeração.

Entre os estudiosos que apontam este fenômeno como uma forma de compreender os sistemas vivos e suas particularidades, dentro de uma perspectiva sistêmica e complexa, estão os chilenos Maturana e Varela (2001, p.55). Para esses estudiosos, dependendo do ambiente no qual o ser vivo está interagindo sujeito a tensões, ele se transforma e se reinventa dentro de sua própria estrutura, passando pelo processo de Autopoiese.

Maturana e Varela (2001, p.55) defendem a ideia de que uma particularidade dos sistemas vivos deve ser ressaltada: sua organização. Ela é estruturada de forma que seus próprios sistemas são seu único produto, já que o ser e o fazer de uma unidade autopoietica são inseparáveis, e isso constitui seu modo específico de se organizar.

Partindo dessas reflexões, busca-se a melhor compreensão do rádio enquanto sistema vivo e de como este sistema autopoietico se autorregenera a partir de sua própria estrutura, considerando as tensões do ambiente em que se encontra. Nesta tese, o estudo é voltado à sua Autopoiese em meio à migração do sistema AM para o FM.

Para elucidar melhor o fenômeno, este capítulo se propõe a trazer as características do rádio enquanto meio tecnológico e meio expressivo dentro de um ecossistema comunicacional complexo (político, econômico, tecnológico e cultural), no momento em que o meio passa por uma tensão com o desligamento das ondas médias. Entende-se o rádio como um sistema vivo interagindo em uma grande rede autopoietica – a Radiodifusão Sonora no Brasil, que se adapta ao ambiente da convergência tecnológica.

## **CAPÍTULO 4: O RÁDIO E AS TECNOLOGIAS**

O rádio está entre os meios de comunicação que se desenvolveram primeiro enquanto tecnologia para que só depois constituíssem linguagem própria, adaptada às suas características. Dentre as particularidades inerentes aos meios massivos, estão suas engenhocas técnicas, seu alcance, sua sensorialidade e sua expressividade. E é por meio dessas perspectivas, que serão apresentados teorias, conceitos e reflexões que exploram a diversidade de entendimentos sobre o rádio.

Refletindo sobre os estudos de Arnheim (1936), Meditsch (2001, p.3) destaca a dualidade do rádio, explicando a existência de dois rádios – o meio de transmissão e o meio de expressão. Esses dois rádios, seriam o rádio do engenheiro e o rádio do radialista, respectivamente. O primeiro trata-se da própria tecnologia de transmissão. Já o segundo, trata-se do meio de comunicação sonora, invisível e que emite em tempo real.

A existência do meio de transmissão indissociável do meio de expressão, reforça-se com a contribuição de Charaudeau (2009, p.107) ao interpretar que “o rádio é essencialmente voz, sons, música, ruído, e é esse conjunto que o inscreve numa tradição oral”. A partir disso, é possível incluir nesta lógica que os variados recursos sonoros que

acompanham a voz, como os sons, a música e o ruído, demonstram a relação do fator humano interagindo com o meio transmissor e expressivo.

Sobre o efeito cognitivo do meio sonoro, McLuhan (2005, p.337-338) afirma que o rádio, assim como todos os outros meios, pode ser considerado uma extensão do homem, afetando-o profundamente porque a própria natureza deste tem poder de transformar a psiquê e a sociedade numa única câmara de eco. Esse efeito se dá por meio da expansão de um dos mais importantes sentidos, a audição, já que o rádio tem a sensorialidade de um meio quente, com a capacidade de prolongar um único dos sentidos humanos em alta definição.

Em se tratando dos efeitos sensoriais, estes refletem-se na recepção das pessoas, que ao ouvirem uma mensagem no rádio sempre associam com suas experiências de vida. A mesma mensagem pode criar diferentes imagens na mente do ouvinte, porque a formação do imaginário depende das experiências de cada pessoa. Uma música, por exemplo, pode trazer grandes recordações para um ouvinte e não representar muita coisa para outro.

É assim que Mcleish (2001, p.15-21) compreende o rádio, como uma forma massiva de mediação, ao destacar suas funções comunicativas junto à sociedade: forma imagens, atinge milhões de pessoas ao mesmo tempo, tem natureza efêmera, serve como pano de fundo, não tem fronteiras, tem personalidade, fala para milhões e para o indivíduo, aborda informações de interesse da sociedade, é veloz, tem baixo custo, educa e ensina, diverte e relaxa.

As características intrínsecas do rádio o sustentam diante das transformações tecnológicas. Quando analisa as facetas do meio sonoro, na era da convergência, Herreros (2011)<sup>24</sup> aposta no que virá depois da internet, vislumbrando que o rádio permanecerá, em função da sua essência. É uma prospecção feita com base nas adaptações do rádio ao ambiente digital: está nas multiplataformas interagindo com os mais variados meios, atuando com estratégias e formas de difusão, potencializando seu poder de criatividade e imaginação coletiva, reposicionando-se diante de poderes econômicos e políticos já estabelecidos.

---

<sup>24</sup> COLÓQUIO: O FUTURO DO RÁDIO. La radio em el entorno de las multiplataformas de comunicaciones. Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora, no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife (PE), 2011.



Bianco (2016, p.307) apresenta particularidades que são consenso entre pesquisadores do rádio, ao destacar sua relevância no dia a dia da população brasileira, enquanto meio de informação e entretenimento, principalmente para os moradores do interior. Destaca, ainda, que “é a partir da lógica de identificação que ele encontra seu lugar no cotidiano, colaborando para o reconhecimento e identificação entre pessoas que vivem e partilham um modo de vida em comum, interesses, gostos enfim a sua cultura”.

Os impactos tecnológicos não ofuscaram a principal característica identitária do rádio, sua linguagem. Pelo contrário, o rádio passou a navegar entre as multiplataformas, imprimindo seu ritmo e personalidade. Sua linguagem, marcada pela propriedade da oralidade, remete à essência do próprio ser humano, cuja necessidade de comunicação é recorrente, abarca o ato de existir e do pertencimento enquanto sujeito em um grupo ou nas grandes comunidades.

Intenciona-se aqui demonstrar como os avanços tecnológicos promoveram metamorfoses no rádio e como este se adapta conforme as mudanças do ecossistema comunicacional, uma característica do sistema autopoietico complexo. Portanto, faz-se necessário a compreensão de como as tecnologias que envolvem o meio, em suas versões analógica e digital, funcionam.

Também se torna necessário refletir em que contextos se deu o desenvolvimento do rádio no Sistema Radiofônico Brasileiro. Nessa perspectiva, parte-se da premissa de que o meio envolve diversos fatores que vão além do suporte tecnológico. Acima de tudo, o rádio se consolida por sua linguagem enquanto meio de comunicação social.

#### **4.1 O rádio hertziano – AM e FM**

As tecnologias radiofônicas são parte de um sistema comunicacional que vai muito além da física, influenciando questões como abrangência, conteúdo, audiência e modelo de gestão. As atuais modificações no Ecossistema da Radiodifusão Sonora do Brasil têm desafiado profissionais, donos de emissoras e pesquisadores, quanto às adaptações às tecnologias digitais, o que vêm influenciando nas rotinas de trabalho e promovendo acelerações nos processos.

Ferraretto (2007, p.65) explica que as ondas eletromagnéticas são definidas, em termos físicos, como: frequência, número de oscilações ou de vibrações verificado no movimento periódico de uma onda em determinado período de tempo, e amplitude – distância entre os pontos máximo e mínimo atingidos pela onda em cada um de seus ciclos. As possibilidades de modulação são Amplitude Modulada (AM) e Frequência Modulada (FM).

**Quadro 1 – Tipos de Modulação**

<b>TIPOS DE MODULAÇÃO</b>	
Amplitude Modulada (AM)	Transmissão de sinais pela modulação da amplitude das ondas em frequências que variam de 525 a 1.720 kHz. Caracteriza-se por uma qualidade de som inferior à das emissoras em FM, porque os receptores AM sofrem interferência de fenômenos naturais, como raios, ou artificiais, como as provocadas por motores. As transmissões podem ser realizadas em ‘ondas médias’ ou ‘ondas curtas’.
Frequência Modulada (FM)	Transmissão de sinais pela modulação da frequência das ondas. Permite a emissão e a recepção de som em qualidade muito superior às em AM, por não sofrer interferências. As FM's operam em frequências que variam de 87, 5 a 108 MHz. Seu alcance, no entanto, é limitado a um raio máximo de 150 Km.

**Fonte:** FERRARETTO, 2007

Esses parâmetros físicos determinam as ondas de transmissão, definem a qualidade do som transmitido por meio da potência de transmissores e o alcance do sinal, de acordo com a abrangência geográfica estipulada tanto para as emissoras de rádio como para as emissoras de televisão.

**Quadro 2 – Tecnologias e Parâmetros Físicos de Transmissão**

DENOMINAÇÃO	PARÂMETROS FÍSICOS		UTILIZAÇÃO
	Frequência	Amplitude	
Ondas Médias	100 – 1.000 KHz	100 a 1.000 m	Transmissões a média distância (emissoras locais e regionais)
Ondas Curtas	10 – 30 KHz	100 a 1.000 m	Transmissões a longa distância (emissoras internacionais)
VHF (Very High Frequency)	30 – 30m KHz	1. 100 m	FM e Televisão
UHF (Ultra High Frequency)	30o – 3.000m KHz	1 m	Televisão

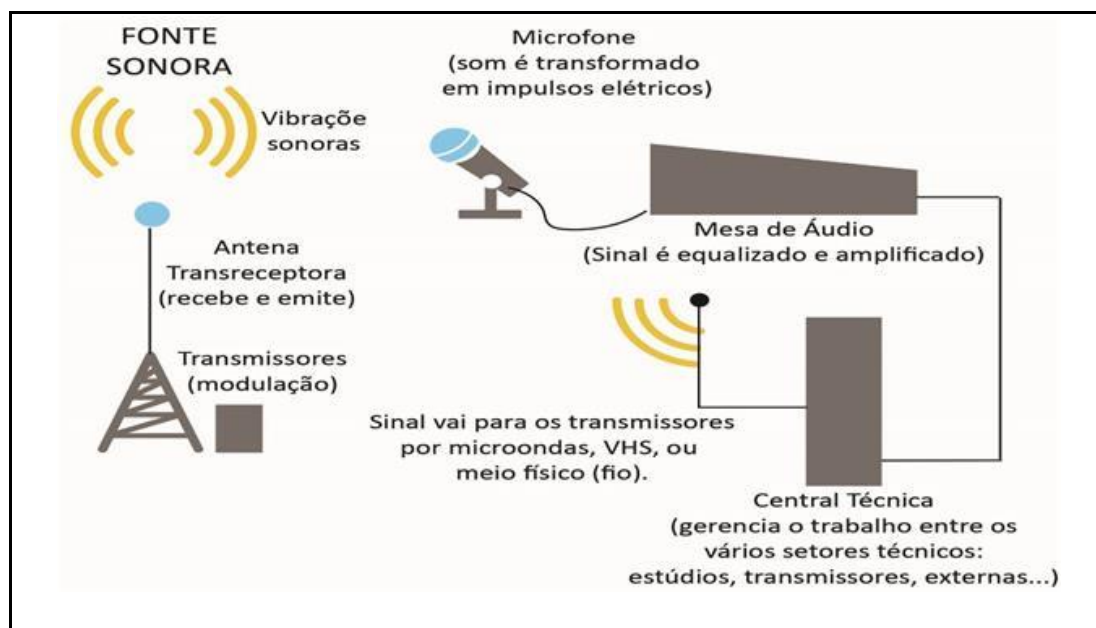
Extraído de: FERRARETTO, 2007

### 5.1.1 Transmissões radiofônicas

Quanto ao processo de transmissão e recepção radiofônica, Ferraretto (2007, p.69-72) esclarece que envolve a codificação e a decodificação do som em sua fonte geradora até chegar ao ouvinte, tendo sua estrutura dividida em preparação, transmissão e recepção.

Na preparação, as vibrações sonoras, no caso da voz humana, são captadas, transformadas em um fluxo de elétrons, amplificadas, equalizadas e, por fim, encaminhadas para os transmissores. Já na transmissão, o sinal é modulado e transformado em ondas eletromagnéticas, difundidas a partir da antena.

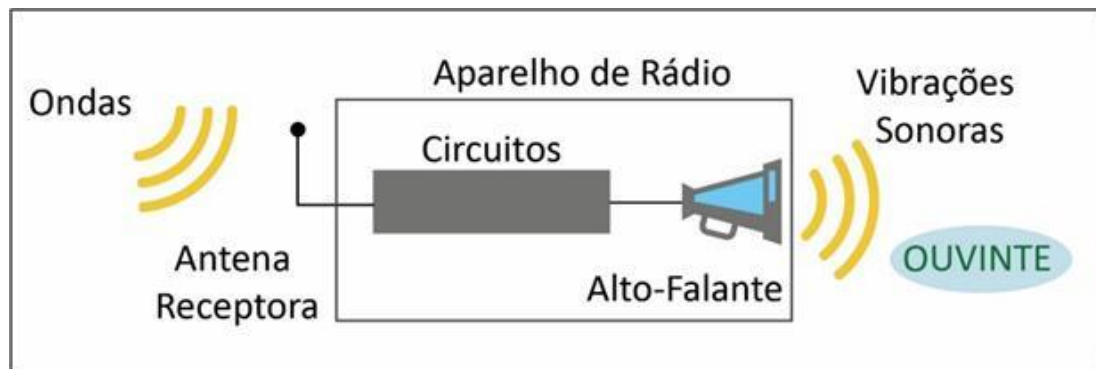
**Figura 1 – Diagrama do Sistema de Preparação e de Transmissão**



Extraído de: FERRARETTO, 2007

Durante a recepção, a antena do aparelho de rádio recebe as ondas eletromagnéticas que são transformadas, internamente, em impulsos elétricos e, em seguida, decodificadas e emitidas, na forma de vibrações sonoras, por meio de um alto-falante.

**Figura 2 – Diagrama dos Sistemas de Recepção**



Extraído de: FERRARETTO, 2007

Brasil (2012, p.93) complementa ao expor que as rádios contam com um sistema de transmissão composto por aparatos, como antena de transmissão, transmissor e estúdio equipado para transmissão. O grande responsável pela emissão de uma rádio é o transmissor, que produz uma corrente elétrica que chega a vibrar até milhões de vezes por segundo, podendo até circular um fio.

Essas correntes mudam de forma ao sair pela antena e entram em um grande campo eletromagnético que tem um enorme alcance, podendo chegar à metade do planeta. As ondas do rádio encontram-se nesse campo e após serem captadas pelos receptores, decodificam a mensagem para que chegue até o ouvinte.

A emissora de rádio deve ter uma infraestrutura técnica compatível para realizar suas operações, como estúdios com acústica adequada, microfones com captação profissional, mesas de som com canais variados para a equalização dos sons transmitidos, softwares de automação digital, além de outros aparatos que variam de acordo com o tamanho da empresa e a visão tecnológica de sua gestão administrativa.

Além das antenas de transmissão, que definem o alcance da emissora, pode-se dizer que o estúdio de uma rádio é o seu coração. É dele que os locutores e apresentadores transmitem as mensagens que chegam até o ouvinte. O porte da emissora define a infraestrutura utilizada para as transmissões.

Hausmann (2010, p.162) esclarece que as pequenas emissoras improvisam montando o seu estúdio onde é mais conveniente, quase sempre conjugando com o acervo ou com os departamentos técnicos e administrativos. Já uma emissora de grande porte, planeja sua infraestrutura na tendência *high-tech*, com equipamentos de alta tecnologia, permitindo também a gravação e remixagem em multitrilhas.

Também há diversos *softwares* de automação disponíveis no mercado, permitindo que uma emissora fique no ar por dias e dias com músicas e programas gravados programados, com gravações informando até a hora em tempo real.

O rádio se consolidou enquanto meio de comunicação massivo no Brasil por meio das ondas médias de tecnologia AM. A partir da expansão das emissoras FM, nos anos 1970, o País passou a experimentar a qualidade técnica e a dinâmica da programação em tempo real. Assim, as duas formas de modulação deram e continuam dando suas contribuições ao rádio brasileiro.

Sem dúvida, a Frequência Modulada promoveu uma das maiores revoluções da radiodifusão sonora no País. Essa tecnologia foi concebida pelo norte-americano Edwin Armstrong, que estava insatisfeito com o som das rádios AM, já que era amante de músicas e não podia apreciá-las em razão da falta de qualidade das transmissões.

Uma biografia elaborada por Medeiros Filho<sup>25</sup> apresenta as invenções e os dilemas de Armstrong, engenheiro eletricitista que desenvolveu o primeiro transmissor FM em 1912. Ele também “inventou o circuito superheterodino (1918), um meio altamente seletivo de recepção, conversão, e amplificação de sinais fracos de ondas eletromagnéticas em alta frequência”.

O referido relato também aponta que uma das maiores preocupações do engenheiro era que, apesar do ganho em qualidade de som, houve perda no alcance. Isso fez com que a tecnologia de rádio-comunicação só fosse patenteada em 1933, levando à definição semelhante ao que está disponível nos dias atuais somente no ano de 1938. A tecnologia ganhou o mundo na década seguinte, se tornando uma das principais armas eletrônicas na Segunda Guerra Mundial, da qual o exército americano se utilizou para promover a comunicação intertropas.

Prado (2012, p. 95) relata que a primeira FM criada foi a W65H, de *Connecticut*, nos Estados Unidos. Um dos marcos do início dessa nova fase do rádio para os americanos foi o discurso do então presidente Franklin Roosevelt, transmitido a milhões de radiouvintes em 5 de março de 1933, visando incentivar os americanos a lutarem pelo progresso do país em meio à crise econômica pela qual o mundo passava. “Pelo rádio, sua mensagem é levada, em especial, aos 13 milhões de desempregados do país” (PRADO, 2012, p.95).

Vale ressaltar que a Rádio Tropical FM (99,3 Mhz) é a primeira FM estéreo do Brasil. A emissora começou a operar com um potente transmissor importado dos Estados Unidos, “graças ao novo fluxo econômico e às facilidades de importação surgidos juntamente com a gênese do processo político-administrativo que culminou com a criação da Zona Franca de Manaus, no ano seguinte” (NOGUEIRA, 1999, p.195-196).

A exemplo da primeira exposição pública do rádio no Brasil, Antônio Malheiros, proprietário da Tropical FM, importou aparelhos receptores para fazer demonstração da

---

<sup>25</sup> MEDEIROS FILHO, Carlos F. Biografias. Edwin Howard Armstrong. Disponível em: <http://www.dec.ufcg.edu.br/biografias/EdwiHowa.htm>. Acesso em 19 out 2017.

nova tecnologia radiofônica a anunciantes e empresários da área da Comunicação do Amazonas. Com isso, o Estado passa a contar com quatro emissoras de rádio e muitas promessas de expansão de novos mercados, visto que a Zona Franca atrairia para Manaus migrantes de várias partes do mundo.

Outras tecnologias contribuíram para que o rádio se tornasse mais dinâmico e para que surgissem novas oportunidades de negócios. Um dos destaques é o transistor, que veio integrar essa nova fase do rádio, promovendo também diversas possibilidades, como a mobilidade, que se tornou aliada do rádio brasileiro nos anos 1960. Com o passar do tempo, o rádio encontrava o seu lugar na vida das pessoas, se tornando uma verdadeira experiência pessoal, como previu McLuhan (2007, p. 339-344) quando afirmou que os meios de comunicação se tornariam extensões do homem.

A exemplo dos Estados Unidos, o rádio FM se tornou uma realidade tangível no Brasil. A adoção do sistema modificou o modelo de negócio, trazendo modernização e esperança quando o meio sonoro precisou se recolocar no mercado diante das tensões provocadas pela expansão da televisão no País.

Com o FM, as transmissões ganharam mais qualidade de som, o que promoveu a ascensão da programação musical e a redução de diálogos nessa modalidade. Também foi possível dinamizar a programação jornalística, que se tornou mais ágil por conta da influência da própria mobilidade do rádio – que passou a acompanhar os fatos direto do local do acontecimento. Sem contar as programações direcionadas a nichos com o surgimento da segmentação.

A disseminação do transistor, na década de 60, seria outro grande momento da radiofonia, uma vez que permitiria a criação do rádio portátil, e, como consequência, a libertação do "espaço fixo" do veículo, em geral na sala de jantar, papel ocupado, depois, pela televisão. Por outro lado, a reportagem de rua passaria a fazer parte do cotidiano do rádio, a partir da experiência da rádio Continental do Rio de Janeiro. O próximo passo seria a segmentação da programação das emissoras, com a introdução da FM - Frequência Modulada no país, nos anos 70, que permitiria a ampliação do número de canais, até então de Amplitude Modulada e Ondas Curtas (HAUSSEN, 2004, p.54-55).

Com a era digital, a tecnologia FM permite que o rádio se transporte para as multiplataformas da web, por meio de smartphones, TVs a cabo, satélite – fomentando a nova cultura, ao proporcionar outras experiências radiofônicas. Para se adequarem, as emissoras têm buscado investir em uma infraestrutura que dê suporte aos novos modelos

de negócio. As novas formas de atuação lançam no mercado opções aos públicos, que podem se manter conectados ao rádio em diferentes plataformas.

## **4.2 O rádio via satélite**

Aldeia Global é um termo criado por McLuhan (2005) para interpretar a alteração dos conceitos do tempo e do espaço provocada pelos adventos tecnológicos que transformaram o mundo em uma grande aldeia interconectada por homens-máquina, que teriam os meios de comunicação como extensões do próprio corpo, tornando-se espécies de ciborgues (LEMOS, 2004). O profeta da conexão global, via comunicação, lançou esses conceitos ainda nos anos 1960.

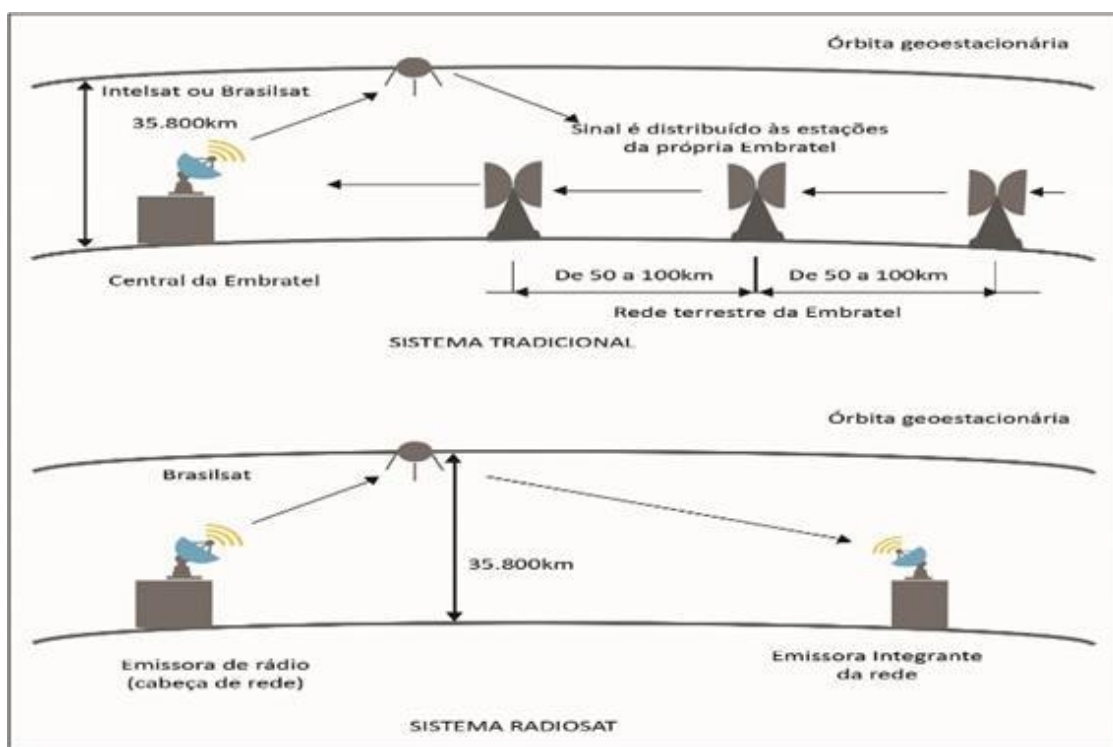
A profecia começou a se cumprir quando os meios de comunicação eletrônica passaram a usar os satélites para atingir públicos de diferentes localidades ao mesmo tempo. Graças às transmissões via satélite, antes que a internet se consolidasse enquanto suporte multimídia e meio de comunicação, o rádio já estava interligado em rede, transpondo barreiras geográficas e socioculturais, para levar informações a milhares de ouvintes com a difusão de programas.

A maioria dos satélites está em órbita geoestacionária (ou seja, fixos sobre um ponto do globo terrestre e acompanhando o seu movimento de rotação) a 35.800 km do solo, como o Brasilsat. O sinal é enviado ao espaço, recebido pelo satélite, reforçando e retransmitindo às estações em terra. O Sistema Nacional de Telecomunicações inclui uma rede terrestre que se interliga aos satélites (FERRARETTO, 2007, p.75).

O sistema tradicional de transmissão via satélite conta com o envio de mensagens da central da Embratel em órbita geoestacionária. Esse sinal é distribuído para as estações da própria empresa. Outra possibilidade é o sistema Radiosat, no qual a emissora cabeça de rede envia o sinal para o satélite que se encontra em órbita geoestacionária e este retransmite para as emissoras que integram a referida rede de rádios.



**Figura 3 – Diagrama do Sistemas de Transmissão via Satélite**



Extraído de: FERRARETTO, 2007

Essa tecnologia partiu da ideia de promover a distribuição de mensagens em todo o planeta, simultaneamente. Um dos grandes marcos da modalidade foi a transmissão das Olimpíadas de 1964, realizadas em Tóquio. Porém, o rádio brasileiro só pode se utilizar dessa possibilidade a partir dos anos 1980, década em que o País passa a contar com o satélite próprio, o Brasilsat 1 (FERRARETTO, 2007, p.166).

Hausmann (2010, p.10) explica que a tecnologia via satélite permitiu o surgimento das redes radiofônicas, que tiveram papel importante na disseminação de informações. Nesse sistema, os programas são transmitidos com ótima qualidade, partindo das cabeças de rede para todas as rádios afiliadas. Mudanças significativas ocorreram com essas novas possibilidades, entre elas, a redução de custos com a programação, e a criação de padrões.

No Brasil, as redes contribuíram com o desenvolvimento de identidades culturais por meio da programação radiofônica, já que todas as afiliadas tinham acesso à mesma grade, ao mesmo tempo. Assim, a paixão do brasileiro pelo futebol e pelos times cariocas

justifica-se em razão da influência do rádio em rede via satélite, uma vez que as emissoras mais famosas tinham sua programação sediada no Rio de Janeiro e ditavam os assuntos que eram transmitidos ao restante do País.

Pode-se dizer que esses modelos de transmissão via satélite estão entre as primeiras experiências que visavam a integração nacional, uma ideologia remanescente do Estado Novo. Um exemplo desse fenômeno é a Rádio Nacional, que começou a transmitir conteúdo direcionado à região amazônica, com a criação da Rádio Nacional da Amazônia em 1977 (NOGUEIRA, 1999).

As Redes Via Satélite (RVSs) são constituídas de grandes e pequenas emissoras de rádio, distribuídas pelo território nacional, que retransmitem a programação da emissora principal, conhecida como cabeça de rede, se utilizando dessa tecnologia. Normalmente, são cedidos às emissoras filiadas espaços na programação para que desenvolvam conteúdo local.

Estratégias como essa têm sido impulsionadas pela globalização, que encontrou sustentação nas oportunidades advindas com a era digital. Rabaça e Barbosa (1995, p.500) analisam essas teias eletrônicas como conglomerados constituídos por um “grupo de emissoras que transmitem no todo ou em grande parte uma programação comum”.

Embora as redes radiofônicas não sejam novidade, já que no passado era possível fazer transmissões em cadeia via transmissores a partir das ondas eletromagnéticas, as redes radiofônicas via satélite diminuíram as distâncias, reduziram os custos com a produção de conteúdo e enriqueceram a programação por meio de acesso ao conteúdo dos grandes centros, que estavam bem longe de algumas localidades em razão das distâncias e deficiências logísticas.

As RVSs começaram a se firmar nos anos 1990, e tiveram o início marcado pelo desafio de estabelecer parâmetros para a veiculação de conteúdos locais e nacionais. Tendência essa que Betti (2011, p.11) explica como alternativa para que as emissoras possam “ampliar seu universo de ação, sem necessariamente pasteurizar a programação, disponibilizando para os ouvintes e para a própria redação informações relevantes em âmbito nacional, regional e local”.

No começo, reproduziam somente o conteúdo que era desenvolvido pelas matrizes para só depois expandir às retransmissoras e afiliadas. A ideia surgiu, primeiramente, com o intuito de reduzir os custos com as programações e de aumentar o alcance

nacional. A primeira rede criada no Brasil foi a Transamérica, que não contava apenas com suas afiliadas, mas também abria espaço para as emissoras que desejassem entrar como parceiras, desde que mudassem o nome para Transamérica (PRADO, 2012, p.399).

De início com deslizes, como deixar informações estritamente locais serem transmitidas em cadeia nacional, por exemplo noticiário e trânsito, meteorologia local, boletins de praias, de ondas etc. Após ajustes de horário com momentos dedicados à programação em rede outros exclusivos aos assuntos locais, a preocupação recaiu à linguagem. Era preciso igualar uma fala única que pudesse atender todos os brasileiros (PRADO, 2012, p.399).

O portal tudoradio.com<sup>26</sup> reuniu as principais Redes de Rádio via Satélite, a fim de localizar os grupos e apontar sua posição geográfica, bem como desenhar um panorama nacional. Atualmente, o País conta com 62 RVSS distribuídas nos Estados. As redes alcançam a marca de 938 emissoras interconectadas, se dividindo em segmentos como musical, religioso e noticioso.

**Figura 4 - Diagrama das interações redes de rádio**



Fonte: PORTAL TUDO RÁDIO, 2016

<sup>26</sup> PORTAL TUDORÁDIO.COM. Redes Via Satélite. Disponível em: <https://tudoradio.com/redes>. Acesso em 26 out 2017.

No Amazonas, as redes radiofônicas têm ganhado o *dial*. As emissoras locais de maior porte estão vinculadas a grandes redes nacionais, como à CBN, Estadão, Band News, Mix, FM O Dia e Jovem Pan. O fenômeno também tem se dado de dentro para fora, com o surgimento de novas redes locais, a exemplo da Rede Amazônica, Rede Rio Mar, Rede Tiradentes e Rede Difusora de Rádio do Amazonas – que, de Manaus, retransmitem para outras cidades do Amazonas.

Como estratégia de mercado do negócio radiofônico, as redes conseguem expandir a atuação das emissoras que buscam novos públicos e aumentar os investimentos publicitários. Na atualidade, em parte, essas medidas adotadas pelos empresários devem-se ao avanço das novas mídias e à fragilidade econômica do Brasil. Desde as eleições de 2014, o País vive uma instabilidade política que culminou numa instabilidade econômica. Ninguém ficou imune.

Atualmente, há outra opção de transmissão de rádio via satélite, que dispensa totalmente a tecnologia eletrônica AM/FM. Denominado de rádio digital via satélite, esse modelo possibilita que sejam ofertados serviços por meio de sistemas exclusivos para assinantes, como é o caso da empresa Sirius XM Radio. A tecnologia permite acesso a rádios de todo o mundo com altíssima qualidade técnica. Uma característica que diferencia esse tipo de transmissão é a oferta de canais segmentados, com enorme variedade de estilos musicais e programações contínuas.

Outras inovações separam o rádio via satélite da AM e FM analógica. Primeiro, o rádio via satélite tem um som melhor que o do rádio terrestre, já que os sinais são digitais. Outra diferença são as facilidades de produção. Estúdios de rádio via satélite estão entre os mais modernos da indústria. Além de oferecer som de qualidade cristalina, os receptores de rádio via satélite mostram o título da música e o nome do artista (HAUSMANN, 2010, p.12).

O sistema de rádio analógico via satélite ainda é muito utilizado no Brasil, em decorrência da falta de infraestrutura e problemas de logística, mesmo que, a baixos custos, hoje, a internet facilite o acesso a rádios de qualquer parte do mundo. A presença das rádios na rede mundial expande as possibilidades de oferta de conteúdo aos ouvintes/internautas, que podem optar por uma programação com boa qualidade técnica.

É possível perceber que a sociedade da informação (digital) tem se relacionado com seus aparatos tecnológicos, e como o mundo se tornou uma grande aldeia, demarcada por uma grande rede. Além do alcance mundial, na internet, as rádios ganham

outros elementos característicos da linguagem multimídia. Também inovam com estratégias tecnológicas, comerciais e culturais para conquistar novas audiências. Até então, essa presença digital tem sido mais viável, se comparada ao sistema via satélite.

### **4.3 O rádio na internet**

O rádio e a internet têm pontos comuns que marcam as suas trajetórias. O rádio foi a revolução da era eletrônica: massificou a informação, modificou comportamentos, uniu quem estava separado, diminuiu as distâncias, impulsionou a publicidade – criando indústrias com base na força da comunicação. Já a internet é a grande revolução da era digital: popularizou o acesso à informação, modificou instituições sociais, afetou as relações pessoais e profissionais, reconfigurou o tempo e o espaço, e redesenhou a economia global.

Esses dois sistemas, analógico e digital, respectivamente, também foram criados como meios tecnológicos para promoverem dinamicidade na comunicação, mas com o passar do tempo se tornaram meios expressivos, para os quais foram desenvolvidas linguagens próprias. Mesmo sendo de eras comunicacionais diferentes, se encontram em meio a um turbilhão de oportunidades advindas com a convergência.

A internet surgiu nos anos 1970, nos Estados Unidos, com o intuito de promover integração e sigilo de informações, em meio à Guerra Fria. A iniciativa foi do governo americano, que envolveu as universidades do país para a criação de uma grande rede de troca de dados. Talvez, nem mesmo os pesquisadores dessa tecnologia se dessem conta de que o mundo jamais seria o mesmo depois da invenção. No Brasil, a internet se tornou acessível apenas em meados de 1990, após a criação do *World Wide Web* (WWW), que passou a permitir a troca de elementos multimídia on-line.

Costa (2003, p.384) define a revolução digital como uma revolução tecnológica que está se concretizando por meio de ondas. A primeira onda mudou a maneira da comunicação entre as pessoas. A seguinte, envolve o computador ligado a periféricos inteligentes, velozes, confiáveis e baratos. Nessa proposta, surgiram as versões da internet 1.0, 2.0 e 3.0, permitindo que essa rede ultrapassasse os campos da pesquisa e da segurança nacional, chegando aos milhões de usuários conectados em todo o mundo.

Para além do viés tecnológico, Castells (2003) entende a internet como uma grande rede constituída por nós complexos, gerando mudança de comportamentos, cultura, relações de poder e estrutura social baseados na informação.

A internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a internet poderia ser equiparada a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana. Ademais, à medida que novas tecnologias de geração e distribuição de energia tornaram possível a fábrica e a grande corporação como os fundamentos organizacionais da sociedade industrial, a Internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede (CASTELLS, 2003, p.7).

As informações na internet não estão presas a convenções, dentro de processos informacionais hierárquicos. São geradas pelos próprios usuários da rede, de forma alternativa, ficando disponíveis a todos os internautas, oportunizando a troca de saberes e opiniões dentro do espaço virtual democrático, livre dos mecanismos de controle industrial das mídias tradicionais.

Por outro lado, a ausência de controle, ou mesmo de uma regulação, permite que se extrapole os limites da liberdade de expressão, submetendo as democracias a riscos de retrocesso. Na grande rede, há uma linha tênue que parece depender da sensatez dos usuários. Isso faz da internet um grande campo minado que divide espaço com um outro grande campo de oportunidades e trocas.

Pinho (2003, p.51-52) destaca algumas das características da internet, que não se limitam apenas aos conteúdos, mas também influenciam no que diz respeito a aspectos biológicos e a maneiras de distribuição, produção e recepção, além das possibilidades da audiência: fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptividade.

A internet já é indissociável da sociedade, especialmente nos centros urbanos, seja via smartphones ou computadores. Os conteúdos mais acessados na web são voltados a notícias, entretenimento, serviços e negócios. Se bem arquitetado, o assunto fisgará, intuitivamente, o leitor que navega. Pinho (2003) afirma que a “não linearidade da informação na internet exige que o material mostrado na tela do computador suscite no leitor a confiança de que ele encontrará no site a informação procurada”.

Essa revolução tecnológica representa a transposição da cultura analógica para a digital ou cibercultura, marcada pelo invento do computador e de outros aparatos que se

comunicam por meio de códigos binários. Ao discutir as definições de cibercultura, Lemos (2004, p.71) defende que essa nova realidade abre espaço para a conectividade e retribaliza a sociedade.

Os computadores em rede parecem ir na direção oposta àquela da cultura do impresso, estando mais próximos do tribalismo anterior à escrita e à imprensa. Podemos dizer que a dinâmica social atual do ciberespaço nada mais é que esse desejo de conexão se realizando de forma planetária. Ele é a transformação do PC (Personal Computer), o computador individual, desconectado, austero, feito para um indivíduo racional e objetivo, em um CC (Computador Coletivo), os computadores em rede. Assim, a conjunção de uma tecnologia retribalizante (o ciberespaço) com a socialidade contemporânea vai produzir a cibercultura profetizada por McLuhan (LEMOS, 2004, p.71).

Nesse ambiente, os saberes se misturam e todos têm a possibilidade de experimentar novas ferramentas, além de poder ter acesso ao que antes era inimaginável. No ciberespaço, os ouvintes-internautas podem viver suas próprias experiências radiofônicas, com a facilidade de criar, inclusive, suas rádios exclusivas na web.

Um aspecto interessante da cibercultura é que as tecnologias analógicas coexistem com as digitais, alterando as formas de produção e distribuição de conteúdo, promovendo a quebra da linearidade e a liberdade de escolha e criando modos de compactação. No digital, as mídias convergem e redimensionam o comportamento dos meios e as formas de consumo. “Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (JENKINS, 2009, p.29).

Os produtores de conteúdo já não se preocupam somente com o áudio, uma vez que os ouvintes/internautas esperam bem mais do que apenas acompanhar a programação tradicional. Afinal, muitos passaram a consumir o conteúdo radiofônico exclusivamente pelas plataformas digitais. “A tecnologia digital está produzindo a convergência dos dispositivos de recepção: os equipamentos são portáteis e multitarefa com uma tecnologia flexível e transparente” (MARTÍNEZ-COSTA, 2001, p. 61).

Para Lopez (2010, p.405), essa convergência, na qual todos estão envolvidos, trata-se de um fenômeno que não está estanque ou mesmo padronizado, por ser complexo e envolver diversas questões, entre elas, tecnológica, empresarial, profissional e de conteúdo. Mas, o ponto fundamental é que esse rádio, o qual define como hipermediático, tem seu foco no áudio, mesmo que este interaja com múltiplas plataformas.

É assim com os telefones celulares. Hoje, através da utilização de tecnologias como a 3G é possível assistir programas de TV, ouvir programas de rádio, navegar na internet, utilizar programas de mensagens instantâneas e interagir através de ferramentas de microblogging. Tudo pelo aparelho celular. As interfaces disponíveis estão a cada dia mais acessíveis e intuitivas, permitindo que o público se integre de maneira intensa no processo de produção da informação. A tendência, para o futuro do rádio em sua configuração hipermediática, é que ele passe a congrega produções audiovisuais, fotográficas, infográficas e de texto, buscando a complementação e ampliação do conteúdo sonoro (LOPEZ, 2010, p.405).

Bufarah Junior (2010, p.578) classifica as formas de transmissão de áudio via internet em *streaming*, *on demand* e *podcast*. Os formatos permitem que os arquivos possam ser combinados e recombinaos para facilitar a edição, transporte e veiculação, gerando a criação de emissoras virtuais, canais de áudio segmentados, audioblogs, entre outros modelos sonoros híbridos.

Um exemplo de formato *streaming* são as webrádios. Prata (2009, p.59) afirma que esse modelo de transmissão tem presença exclusiva na web. Também acredita que o rádio na internet se dá por meio de uma radiofonia híbrida: analógica e digital. A analógica envolve a transmissão das rádios clássicas hertzianas que convergem para a internet sem deixar de se manter tradicionalmente no *dial* das pessoas. Já a radiofonia digital é constituída por emissoras de rádio hertzianas com transmissão digital e pelas webrádios.

Há webrádios que atuam de maneira alternativa, mas muitos empreendedores já transformaram esse modelo de rádio na internet em oportunidades de negócios *on-line*. Essas webrádios corporativas estabelecem relacionamentos com colaboradores e clientes, ofertando serviços personalizados.

Ferraretto (2010, p.541) reconhece que as emissoras de rádio tiveram mudanças determinantes com o advento da internet e seus impactos. Hoje, adotam as plataformas da web para dispor seus conteúdos midiáticos tradicionais, modificando suas rotinas por completo. Desse modo, o público passa a ter outras possibilidades com o surgimento de ofertas de mídias independentes ou alternativas que visam garantir sua fatia do mercado, dentro das novas ofertas do *narrowcasting*<sup>27</sup>.

Schwingel (2012, p.14) relaciona as novas formas de distribuição de conteúdo aos conceitos do marketing, atribuindo o *pull content*<sup>28</sup> – que envolve a busca do público pelo conteúdo – aos meios digitais, como é o caso da internet e das mídias sociais; e o *push*

---

<sup>27</sup> Narrowcasting corresponde a irradiação voltada à uma faixa mais específica de audiência (FERRARETTO, 2010).

<sup>28</sup> *Pull* trata-se da busca dos usuários pelo conteúdo, como é o caso da internet (SCHWINGEL, 2012).



*content*<sup>29</sup> aos meios tradicionais, nos quais os conteúdos chegam até o público, sem que para isso seja preciso fazer esforço. O fato é que a cada dia surgem estratégias híbridas que visam conquistar novos públicos e manter os antigos.

Às rádios, o desafio que está posto é a busca por novos serviços agregados à linguagem sonora. Não é mais possível manter a audiência sem apresentar novidades e desenvolver estratégias de relacionamento. As marcas têm apostado em negócios criativos de maior envolvimento com o público.

O rádio viveu o mesmo processo e muitas emissoras passaram a ter um *site* na *web*, com informações sobre a empresa e os locutores, letras de músicas, tabela de anúncios publicitários, etc. Aos poucos, as rádios também passaram a ofertar a transmissão *online*, isto é, um único produto midiático podendo ser acessado simultaneamente no aparelho de rádio e no computador (PRATA E MARTINS, 2011, p.131).

Atribui-se a essa realidade o fato de que o rádio evoluiu dentro de um ecossistema e que os impactos tecnológicos influenciam a todos os organismos que interagem na grande rede. Herreros (2001, p.243, *tradução nossa*) compreende que na rede o rádio viu sua evolução, por meio das tecnologias da era digital: “O uso da Internet como canal de transmissão de conteúdo de rádio é uma introdução de conceitos pouco relacionados ao rádio convencional, mas que são significativos e definem o rádio na rede”.

As alternativas hoje disponíveis trazem mais liberdade ao ouvinte-internauta, que passa a acompanhar programações em tempo real, a armazenar conteúdo nos computadores pessoais e a acessar arquivos sonoros no momento desejado. Na internet, o rádio encontrou uma gama de possibilidades, entre elas a interação com outros meios, maior diversificação de conteúdo, democratização do acesso, e possibilidades de expansão das formas de consumo por meio da segmentação da audiência.

#### **4.4 O rádio digital**

O surgimento de cada nova tecnologia digital disposta em plataformas *on-line* traz oportunidades para o rádio se reinventar. Isso faz com que estudiosos do meio entrem em

---

<sup>29</sup> *Push* trata-se do conteúdo que chega ao público, sem que para isso ele faça esforço, como os meios analógicos de comunicação Ibid.

consenso quanto ao futuro do rádio: ele direciona-se para ser exclusivamente digital. Essa completa transição e evolução do rádio dependerá de vontade política e empresarial e, sobretudo, dos paradigmas que a internet continuará quebrando, em sua onda de desregular e regular os mercados.

O futuro do rádio digital é estar integrado à multiplataforma. Quanto mais puder se conectar a diferentes plataformas, maior será a gama e variedade de estações oferecidas aos ouvintes, desde as tradicionais, digitais e online que irão conviver ao lado de plataformas de serviço e entretenimento bem sucedidas como Pandora, Spotify e Last.fm (BIANCO, 2016, p.297).

As tecnologias extraordinárias da era digital alteraram o cotidiano da sociedade e dinamizaram diferentes setores da vida pós-moderna. No que diz respeito às tecnologias da informação e da comunicação, essas transformações impulsionadas pela cultura da convergência são velozes e intensas. A cada dia surgem dispositivos variados que ofertam plataformas mais ágeis e mais eficazes em promover a propagação das mensagens em tempo real.

As consequências dessas tecnologias para a comunicação e a cultura são remarcáveis. Estamos, sem dúvida, entrando numa revolução da informação e da comunicação sem precedentes que vem sendo chamada de revolução digital. O aspecto mais espetacular da era digital está no poder dos dígitos para tratar toda informação, som, imagem, vídeo, texto, programas informáticos, com a mesma linguagem universal, uma espécie de esperanto das máquinas. Graças à digitalização e compressão dos dados, todo e qualquer tipo de signo pode ser recebido, estocado, tratado e difundido, via computador (SANTAELLA, 2003, p.70-71).

Como as transformações dos meios de comunicação ocorrem em paralelo às mudanças socioculturais, a vida moderna permitiu que o rádio esteja cada vez mais próximo das pessoas, sendo pelos aparelhos receptores instalados nos carros, pelo computador pessoal ou pelo smartphone. Apesar dessas possibilidades, o grande Sistema de Radiodifusão Brasileiro ainda opera em sinal analógico, situação decorrente, em parte, da indefinição quanto ao modelo de rádio digital a ser adotado para operação no País.

No contexto da convergência tecnológica, é preciso considerar que o rádio na internet é apenas um dos modelos de rádio digital, tendência que se insere gradativamente em todo o mundo. Campos e Pestano (2004) afirmam que o rádio digital

apresenta três formas de tecnologia: o rádio digital por satélite, rádio pela web e o rádio digital terreno.

O rádio digital terreno é considerado uma grande revolução tecnológica que está sendo implantada no mundo e que deve reconfigurar a forma de produzir, distribuir e consumir conteúdos sonoros. Sem dúvida, o sistema digital oferta vantagens significativas em relação ao analógico, entre elas a alta qualidade técnica do som, o alcance mundial e a oferta de conteúdos multimidiáticos.

Outra vantagem é a possibilidade de transmissão simultânea de dados para os aparelhos receptores dos ouvintes ou em outras plataformas de mídia e de distribuição de informação – organizadores pessoais, telefones móveis, leitores eletrônicos e a Internet. Enfim, a digitalização abre as portas para o rádio integrar-se ao processo de convergência entre as telecomunicações, os meios de comunicação de massa e a informática que está dando origem a um novo sistema de comunicação em rede identificado pelo seu alcance global, pela interatividade e pela integração de todos os meios (BIANCO, 2006, p.2).

Diante das novas possibilidades, também surgem desafios aos empresários e aos profissionais da área. Aos donos de emissoras, cabe conhecer e adotar modelos de negócios. Já os profissionais do rádio, têm de adaptar-se à dinâmica de produção de conteúdos multimidiáticos. Nessa realidade advinda com a era digital, a audiência se torna cada vez mais exigente, forçando a segmentação do negócio radiofônico e a criação de formas de interatividade.

Ao conviver com outros serviços de áudio, texto, imagens e integrar cadeias de serviços de informação, entretenimento e comércio eletrônico, fatalmente haverá uma sinergia que estimulará o radiodifusor a buscar parcerias e alianças estratégicas com provedores de conteúdo para desenvolver serviços complementares e agregar valor à programação do rádio. Esse cenário que sugere ao radiodifusor abrir mão do conteúdo exclusivo para entrar no campo da troca de informação. Significa modificar a estrutura de trabalho dos produtores de rádio tradicionais adequando o seu perfil para mais próximo do provedor de conteúdo (BIANCO, 2006, p.2-3).

O sistema de radiodifusão digital<sup>30</sup> é semelhante ao sistema analógico. Nos dois sistemas, a transmissão é realizada por meio de torres e antenas. Enquanto no modelo analógico, a transmissão de sons se dá por meio do espectro via ondas eletromagnéticas;

---

<sup>30</sup>ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO RÁDIO DIGITAL. O que é o rádio digital. Disponível em: <http://www.drm-brasil.org/content/o-que-%C3%A9-r%C3%A1dio-digital>. Acesso em 18 dez 2016.

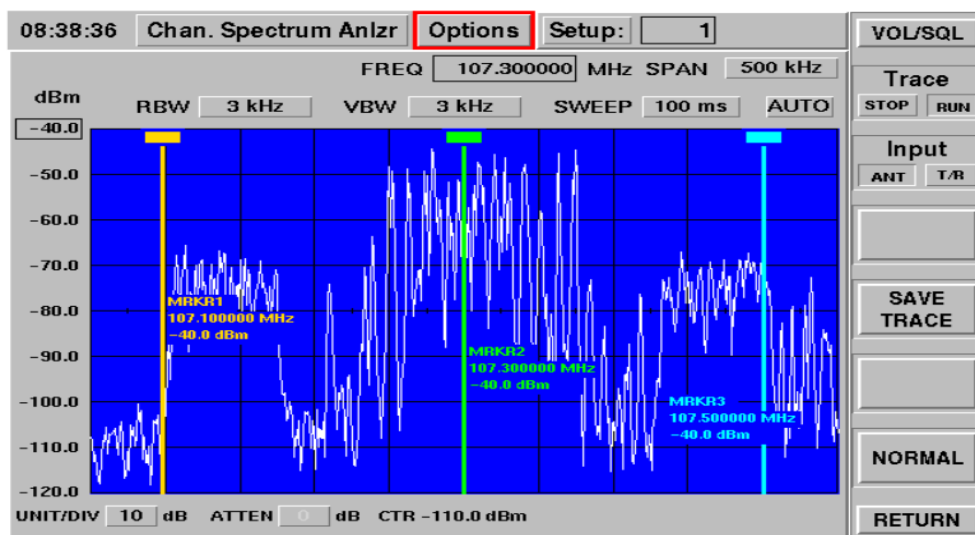
o sistema digital digitaliza primeiro o som, transformando-o em código binário para que depois este seja transmitido.

O que definirá a oferta de conteúdo, as possibilidades técnicas, os serviços e os custos do rádio digital será o modelo de sistema ao qual a Radiodifusão Brasileira será integrada. Entre as possibilidades de sistemas de rádio digital utilizados em vários países, estão: o americano In-Band On Channel (IBOC), os europeus Digital Audio Broadcasting (DAB) e Digital Radio Mondiale (DRM) e o japonês Integrated Services Digital Broadcasting – Terrestrial sound broadcasting (ISDB-Tsb). Todos esses modelos apresentam vantagens e desvantagens, mas são adaptados à realidade de cada país, considerando as características mercadológicas do setor.

#### 4.4.1 In Band On Channel - IBOC / Hybrid Digital Radio - HD Radio

O IBOC / HD Radio é o modelo americano, desenvolvido principalmente por um grupo chamado USA Digital RadioPartners (USADR). O sistema usa a mesma faixa de frequências utilizada pela radiodifusão OM e FM – na mesma banda (in band); é compatível com a atual estrutura de canais da radiodifusão OM e FM; oferece um modo híbrido para transmissão simultânea (simulcast) dos sinais analógico e digital – no mesmo canal (on channel) (ANATEL, 2007).

**Figura 5 – Exemplo de um sinal do IBOC no ar**

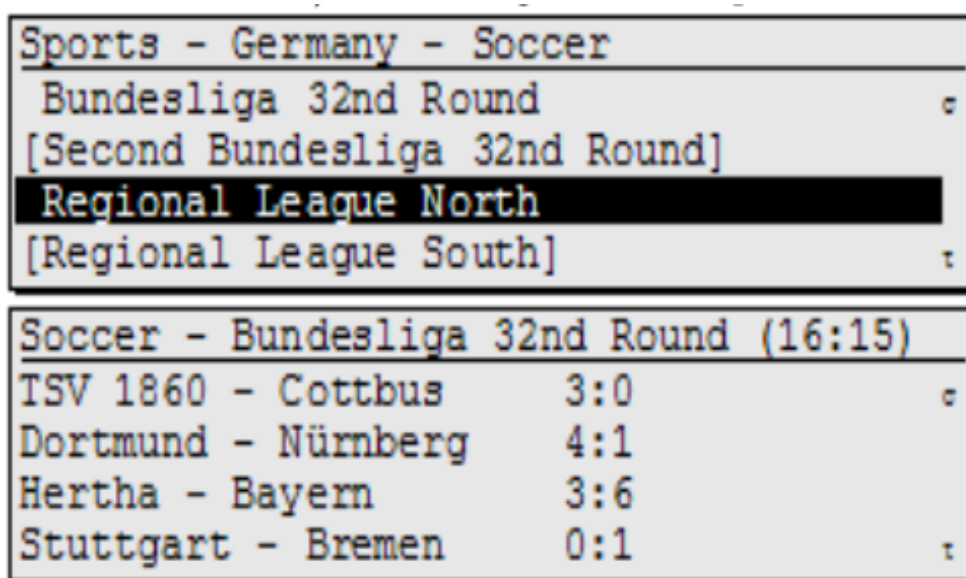


Extraído de: DINIZ, 2013

#### 4.4.2 Digital Audio Broadcast – DAB

O DAB, popularizado como Eureka-147 é um dos sistemas europeus de rádio digital. Sua gestão está sob a responsabilidade do fórum internacional, o World DMB. Um canal DAB tem 1.537kHz de largura de banda. Ele pode ser usado na banda III do VHF (174–240 MHz) ou na banda L (1452–1492 MHz). O sistema também se adapta a frequência entre 30 MHz e 3 GHz; com largura de cada canal 1,536 MHz; requer uma faixa de frequência exclusiva (ANATEL, 2007).

**Figura 6** - Exemplos de telas do Jounaline do DAB



Sports - Germany - Soccer		
Bundesliga 32nd Round		◁
[Second Bundesliga 32nd Round]		
<b>Regional League North</b>		
[Regional League South]		▷

Soccer - Bundesliga 32nd Round (16:15)		
TSV 1860 - Cottbus	3:0	◁
Dortmund - Nürnberg	4:1	
Hertha - Bayern	3:6	
Stuttgart - Bremen	0:1	▷

Extraído de: DINIZ, 2013

#### 4.4.3 Digital Radio Mondiale – DRM

O DRM é um padrão europeu desenvolvido pelo consórcio constituído por empresas fabricantes de equipamentos e tecnologia para *Broadcasting*. Esse sistema pode ser usado em frequências inferiores a 30 MHz (OM, OT, OC); oferece um modo híbrido para transmissão simultânea, simulcast, (analógico e digital), em banda de 10 KHz; passou a contemplar a faixa de FM entre 87,5 MHz (overlap de 500kHz com o canal 6 de TV) a 107,9 MHz (ANATEL, 2007).

Figura 7 - Multiplex do DRM

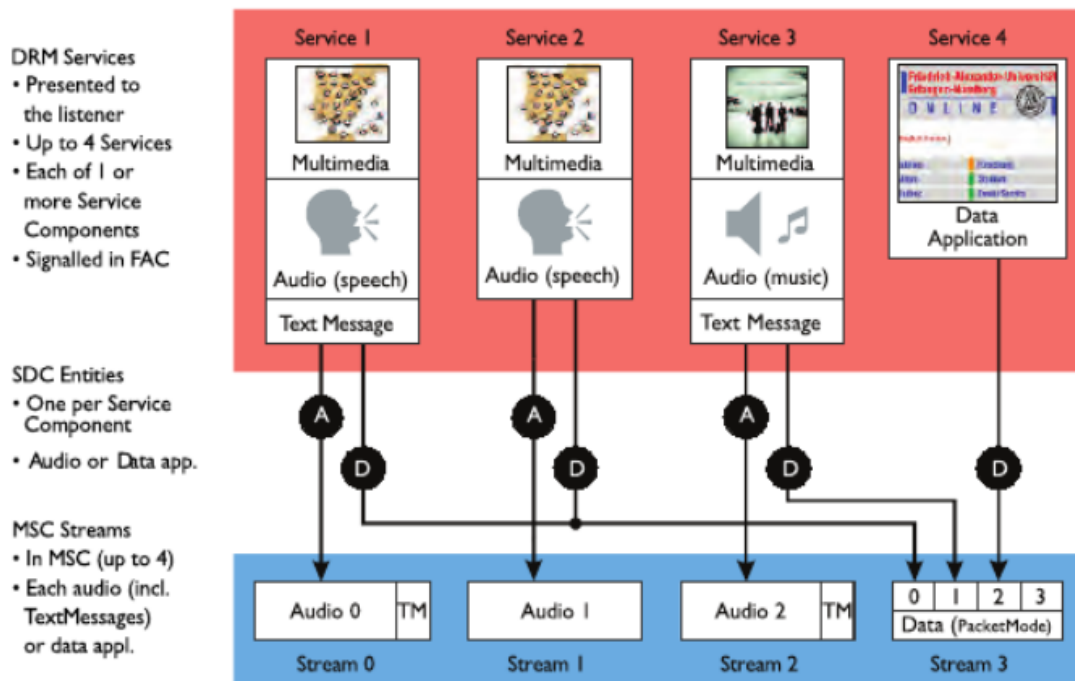


Figure 5.3.2: Relationship between DRM Services and MSC 'Streams'

Extraído de: DINIZ, 2013

#### 4.4.4 Integrated Services Digital Broadcasting – Terrestrial sound broadcasting - ISDB-Tsb

O ISDB-Tsb é o modelo japonês, desenvolvido pela empresa NHK. É equivalente ao ISDB-Tb, sistema da TV digital no Brasil. Em se tratando de características, assemelha-se ao DRM; seu esquema de transmissão é o mesmo do sistema ISDB-T (TV Digital Terrestre); sua transmissão é segmentada na frequência, que propicia grande flexibilidade; oferece a possibilidade de se usar apenas um ou três segmentos, respectivamente, 430kHz e 1290kHz (DINIZ, 2013).

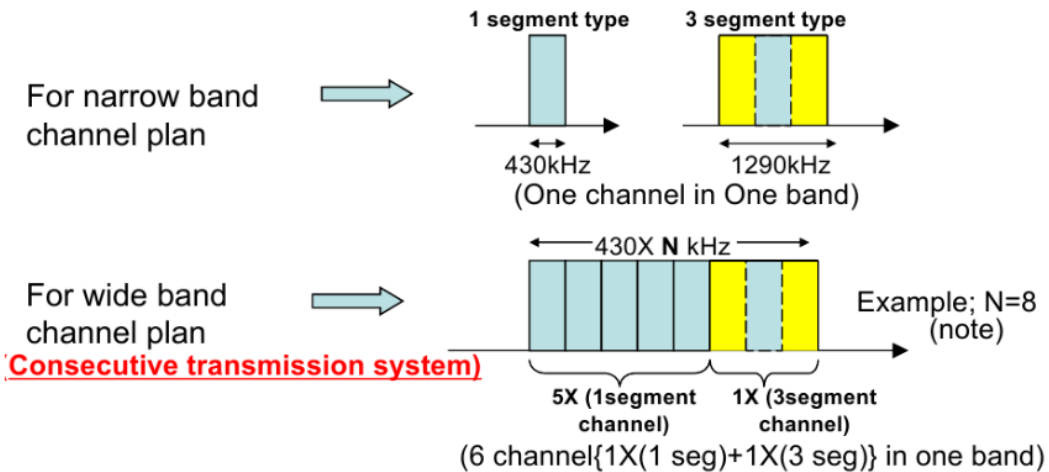
Figura 8 - Ilustração da ocupação espectral do ISDB-Tsb



### 6.3 Efficient use of frequency resource

(Flexibility of channel plan)

For ISDB-Tsb transmission system, any type as follows are available according to usable bandwidth



Extraído de: DINIZ, 2013

Quadro 3 – Características dos Sistemas de Rádio Digita

CARACTERÍSTICAS DOS SISTEMAS DE RÁDIO DIGITAL	
ISDB-Tsb <i>Integrated Services Digital Broadcasting - Terrestrial sound broadcasting</i>	<p>Basicamente os mesmos princípios do sistema DRM</p> <p>Esquema de transmissão é o mesmo do sistema ISDB-T (TV Digital Terrestre).</p> <p>Transmissão segmentada na frequência, que propicia grande flexibilidade</p> <p>Possibilidade de se usar apenas um ou três segmentos, respectivamente, 430kHz e 1290kHz.</p>
IBOC <i>In-Band On Channel</i>	<p>Usa a mesma faixa de frequências utilizada pela radiodifusão OM e FM – na mesma banda (in band)</p> <p>É compatível com a atual estrutura de canais da radiodifusão OM e FM</p> <p>Oferece um modo híbrido para transmissão simultânea (simulcast) dos sinais analógico e digital – no mesmo canal (on channel)</p> <p>Permite que um radiodifusor FM ofereça mais de um programa de áudio em sua transmissão digital. • no modo híbrido - até 3 programas • no modo digital - até 8 programas</p> <p>Não contempla a faixa de ondas curtas</p>

### CARACTERÍSTICAS DOS SISTEMAS DE RÁDIO DIGITAL (continuação)

<p>DAB</p> <p><i>Digital Audio Broadcasting</i></p>	<p>Pode ser usado em qualquer frequência entre 30 MHz e 3 GHz</p> <p>Tem sido usado nas Faixas de frequência.:• VHF – Banda III:174 MHz a 240 MHz• UHF</p> <p>Banda L:1.452 MHz a 1.492 MHz</p> <p>Largura de cada canal 1,536 MHz.</p> <p>Requer uma faixa de frequência exclusiva</p>
<p>DRM</p> <p><i>Digital Radio Mondiale</i></p>	<p>Pode ser usado em frequências inferiores a 30 MHz;•faixa de onda média – OM• faixas de onda tropical – OT• faixas de ondas curtas – OC</p> <p>Oferece um modo híbrido para transmissão simultânea (simulcast) dos sinais analógico e digital – no mesmo canal (on channel), em banda de 10 KHz</p> <p>É o único sistema, até o presente momento, desenvolvido para a faixa de Ondas Curtas.</p> <p>Não há movimento para o registro de um segundo sistema, tornando-se a única opção para os países que têm interesse nas Ondas Curtas</p> <p>Passou a contemplar a faixa de FM entre 87,5 MHz (overlap de 500kHz com o canal 6 de TV) a 107,9 MHz</p>

**Fonte:** ANATEL, 2007

O sistema digital começou a ser implantado em vários países de forma gradativa ainda no final dos anos 1990. De acordo com a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão<sup>31</sup> (Abert), no ano de 2011, oito países das Américas já estavam operando em sistema digital ou demonstravam algum interesse em digitalizar o sistema de rádio analógico, entre eles: Brasil, Canadá, Jamaica, Panamá, República Dominicana, Trindade, Estados Unidos, México (ABERT, 2011).

Em 2015, o *Observatorio Latinoamericano de Regulación Medios y Convergencia*<sup>32</sup> divulgou que 15 países europeus já tinham dado início ao processo de digitalização do sistema ou em fase de testes ou ofertando serviços regulares, entre eles: Alemanha, Bélgica, Dinamarca, Espanha, França, Irlanda, Itália, Malta, Noruega, Países Baixos, Polônia, Reino Unido, República Checa, Suíça, Suécia, Áustria, Croácia, Eslovênia, Hungria, Lituânia, Letônia, Mônaco, Cidade do Vaticano e Romênia.

<sup>31</sup> Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/17967-oito-paises-das-americas-iniciaram-transicao-do-radio-analogico-para-o-digital>. Acesso em 10 jul 2017.

<sup>32</sup> Disponível em: <https://www.observacom.org/a-implantacao-do-radio-digital-na-europa-notas-sobre-uma-transicao-intermitente/>. Acesso em 10 jul 2017.



Os modelos têm características e funções que podem ser adaptadas de acordo com as particularidades de cada país, o que significa que são universais e podem ser ajustados. Bianco (2016, p.306-307) explica que é comum a adaptação da tecnologia às características de cada localidade, considerando fatores como o mercado, a geografia, a política, a economia e a cultura comunicacional. Nos últimos anos, o Brasil passou por um longo processo para a escolha do sistema a ser utilizando, mas até o momento nada foi definido.

#### *4.4.5 O Sistema Brasileiro de Rádio Digital*

Com os avanços da tecnologia radiofônica no mundo, pesquisadores, profissionais e empresários da área começaram a se interessar pela digitalização do rádio no Brasil. Entre as possibilidades da adoção de um sistema digital estão a inserção do rádio, definitivamente, no contexto digital, a reconquista ou conquista da audiência, além do reposicionamento do negócio, para promoção do crescimento econômico sem que haja prejuízo à cultura do consumo de rádio. Esse processo de tentativas de transformar o rádio brasileiro em digital é acompanhado por pesquisadores da área, tendo sido, minuciosamente, descrito por Bianco (2016).

Bianco (2016, p.298) relata que o ponto de partida foi a discussão sobre os formatos de transmissão digital, iniciada pela Abert no ano de 1998. Nos anos seguintes, a entidade promoveu demonstrações de algumas tecnologias, entre elas o DAB, o IBOC e o ISDB-Tn. Em 2001, o Grupo de Rádio e Mídia Sonora da Intercom começa a acompanhar as discussões e a investigar as oportunidades, prospecções e ameaças acerca do tema.

Em 2002, foi constituído um grupo formado por pesquisadores, técnicos e representantes do Governo Federal para estudar as possibilidades ofertadas pelos modelos, a fim de gerar indicadores para ações futuras. Em 2006, o Grupo de Pesquisa dá início a um estudo coletivo envolvendo 35 pesquisadores para compreender a implantação do rádio digital no Brasil por meio de suas experiências, impacto, tendências e perspectivas. Esses estudiosos “presenciaram testes realizados em 2006-2007 com o IBOC nas Rádios Globo e Itatiaia em Belo Horizonte, CBN FM, Eldorado, Bandeirante, Record e Jovem Pan em São Paulo” (BIANCO, 2016, p.298).

Muitos pontos voltados à implantação da nova tecnologia, à produção de conteúdos e ao próprio negócio inquietavam os estudiosos do Grupo de Pesquisa. Essas questões técnicas eram particulares em cada um dos modelos testados, como formato e compatibilidade do sinal digital para os modelos analógicos, recepção e cobertura das emissoras, levando em conta a realidade geográfica do País. Somavam-se, ainda, preocupações relacionadas à readequação das emissoras para a realidade digital, além de financiamentos para a transição.

Com base nos resultados dessa pesquisa empírica, o grupo entendeu que seria importante definir políticas públicas para o rádio digital alicerçada em critérios técnicos de adaptabilidade às características do sistema de radiodifusão no Brasil de modo que pudesse preservar, de alguma forma, a experiência social, histórica e cultural do meio. Integrado ao um modo de vida, o rádio se vincula às identidades culturais do lugar, aos saberes cotidianos, ao partilhamento de patrimônios comuns como a língua, a música, o trabalho, os esportes, as festas, entre outros. Significava considerar a cultura como um componente inerente à formulação de políticas públicas de transição para o rádio digital (BIANCO, 2016, p.299).

Seguindo o curso das discussões, o Ministério das Comunicações cria um grupo com radiodifusores, radialistas e segmentos da indústria da radiodifusão no ano de 2006, visto que era necessário considerar todos os lados envolvidos no contexto. Em 2007, o Grupo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora se manifesta oficialmente junto ao Ministério das Comunicações por meio de carta, contendo 50 assinaturas de estudiosos do meio radiofônico, que alertava para os problemas que surgiriam caso a escolha do modelo a ser implantado no País não fosse criteriosamente balizado por levantamentos sobre aspectos de transmissão e recepção, além da adequação das emissoras para o sistema digital. O documento também sugeria que o Governo Federal constituísse diretrizes para a implantação do novo sistema.

O grupo propôs princípios que poderiam nortear uma política pública para o rádio digital: a) manutenção da gratuidade do acesso ao rádio; b) transmissão de áudio com qualidade em qualquer situação de recepção; c) adaptabilidade do padrão digital ao parque técnico instalado; d) coevolução e coexistência do digital com o analógico; e) aparelho receptor com potencial de popularização; f) escolha de uma tecnologia não proprietária que tenha potencial de integração do rádio com outras mídias digitais; g) criação de linhas de crédito para compra de equipamentos de transmissão e investimentos na produção de aparelhos de recepção a custo popular (BIANCO, 2016, p.300).

As argumentações apresentadas por escrito tiveram como resposta do Ministério das Comunicações a publicação da Portaria Nº 290/2010, de 31 de março de 2010, que instituiu o Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD). Entre as diretrizes estavam orientações sobre finalidade e conteúdo: democratizar a informação; expandir o setor, com o intuito de estimular as emissoras quanto à oferta de serviços de tecnologia digital; fomentar o desenvolvimento de novos modelos de negócio que contemplem as características nacionais.

A portaria também contemplava questões que envolviam Regionalização, TICs para o Ensino e P&D: dar possibilidades para a transferência de tecnologia para a indústria brasileira de transmissores e receptores; abrir espaço para a participação de instituições de ensino e pesquisa no processo de implementação do SBRD; inserir a indústria regional e local no contexto nacional, incentivando a produção de instrumentos e serviços digitais; abrir possibilidade para a criação de rede de educação à distância.

O Ministério das Comunicações também reforçou instruções sobre aspectos técnicos, tecnológicos e de inclusão digital: criar possibilidade para a utilização eficiente do espectro de radiofrequências; propiciar a emissão de *simulcasting*, com qualidade de áudio e mínimas interferências em outras estações; ampliar a cobertura do sinal digital em áreas igual ou maior do que as atuais; proporcionar formas de configuração, respeitando as características de propagação do sinal em cada região do País; viabilizar a transmissão de dados auxiliares; proporcionar soluções para transmissões em baixa potência, com custos reduzidos; e possibilitar a arquitetura de sistema de maneira que o mercado nacional experimente evoluções.

Com isso, novos testes foram realizados por engenheiros do Ministério das Comunicações, da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e do Instituto Mackenzie. Os resultados apresentaram ineficiência em alguns pontos. A conclusão dos especialistas foi de que o IBOC não apresentava a qualidade técnica esperada, demonstrando falhas e oscilações nas transmissões, mas que, acima de tudo, deixaria descoberta boa parte do território alcançado pelas rádios AM, e não proporcionava a cobertura simultânea dos sinais analógico e digital para garantir segurança à transição, embora os desenvolvedores desse sistema garantissem que ele é híbrido.

Nem mesmo com a realização de testes confiáveis, seus resultados não foram conclusivos o bastante para indicar firmemente um padrão. Independente dos resultados, grandes emissoras comerciais deixavam claro sua opção pelo padrão

norte-americano HD Radio devido as vantagens que oferecia, principalmente, no sentido de preservação do negócio e da marca face a uma transição tranquila considerando a possibilidade de convivência dos canais AM e FM analógicos com o digital por longo tempo (BIANCO, 2016, p.302).

Apesar da aparente predileção por parte dos empresários da radiodifusão sonora, o Ministério das Comunicações não poderia optar por um modelo que não proporcionasse o mínimo de eficiência técnica, levando em consideração a sua intervenção em todo o sistema, nos mais diferentes aspectos. Esses impasses fizeram com que o assunto saísse de pauta das discussões públicas no período de 2010 a 2012, apesar de o Ministério das Comunicações e o Instituto Nacional de Metrologia (Inmetro) terem dado continuidade aos testes (BIANCO, 2016).

O assunto só voltou a ser debatido após a constituição do Conselho Consultivo do Rádio, no ano de 2012, que visava não somente fazer o acompanhamento e análises dos testes, mas também contribuir com a definição de uma política industrial e de subsídios para a aplicação da inovação tecnológica, tendo como prioridade a adequação do sistema digital às diversas realidades regionais do País. O Conselho tinha como prioridade atender às questões multidisciplinares do rádio e definir o sistema a ser adotado.

Conselho multilateral contava com 19 representantes do Governo Federal, do Poder Legislativo, do setor de radiodifusão e da indústria. Segmentos da sociedade civil, não haviam sido contemplados na formação inicial, conseguiram o direito a participação, entre eles Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), Federação Interestadual dos Trabalhadores em Radiodifusão e Televisão (Fitert), Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (Set), União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC–Brasil), Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom) (BIANCO, 2016, p.302).

A apresentação de novos resultados dos testes realizados com os sistemas IBOC e DRM trouxe novos impasses, e instaurou o desânimo nos empresários do setor, visto que, novamente, não apresentavam bom desempenho na Frequência Modulada de alta potência, sem contar que o IBOC apresentava a mesma deficiência na Amplitude Modulada. Para somar, ainda havia o fato de que os dois modelos deixariam de cobrir 30% do território nacional atualmente inserido na cobertura do sistema analógico.

Bianco (2016, p.303-304) ressalta, ainda, que diante dos impasses tecnológicos que instabilizaram o processo de definição do sistema a ser adotado, de questões econômicas que envolviam a adaptação das emissoras de rádio e a industrialização de

aparelhos receptores adequados ao modelo do sistema, não se chegou a um consenso devido à existência de interesses políticos e econômicos nos diversos grupos constituídos na estrutura simbólica na história da radiodifusão do País. De tudo, a certeza é que os modelos testados não corresponderam às condições estipuladas pelo Ministério das Comunicações. A indefinição da tecnologia do SBRD interfere em outras questões, como nos investimentos necessários à adequação das emissoras e na fabricação dos aparelhos receptores.

Em meio às indefinições quanto à escolha do modelo de rádio digital a ser implantado no Brasil, o Governo Federal usou novamente suas atribuições de legislador, ao publicar o Decreto de Nº 8.139 de 7 de novembro de 2013, estabelecendo a extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias, por meio da migração das emissoras AM para o sistema FM, em todo o País. Diante dos impasses advindos com os testes dos modelos de rádio digital, a extinção da Amplitude Modulada facilita a escolha do sistema a ser adotado no Brasil, já que os dois modelos testados não apresentaram estabilidade de convivência entre o AM e o FM. A migração, nesse entendimento, funciona como uma transição para a implantação do SBRD.

A migração dos sistemas analógicos de AM para FM se encontra em plena fase de expansão e tem suscitado reflexões quanto à perenidade do rádio brasileiro, aos impactos da extinção das ondas médias e motivos que levaram o governo a decidir tão rapidamente sobre a mudança, sendo que o sistema de Frequência Modulada já estava em ampla expansão no Brasil há quase 50 anos. É preciso considerar que o decreto de migração foi publicado em meio ao insucesso dos testes com os sistemas de rádio digital, que há preferência por um dos sistemas, e que esse sistema não demonstrou eficiência de operação simultânea entre o AM e o FM, obrigando, de certa forma, a opção por uma dessas modulações.

Depois que o decreto de migração começou a ser colocado em prática, todo o processo de mudança tem ocorrido em etapas, sempre com interferências do Governo Federal e mobilização dos empresários da radiodifusão em torno do cumprimento das exigências. Entidades ligadas à área têm acompanhado a transição, avaliando, inclusive os impactos nos Estados. Isto posto, esta tese preocupa-se em compreender a complexidade da migração do rádio AM para FM e as alterações que esta provocará no Ecossistema da Radiodifusão do Amazonas.

## CAPÍTULO 5: O ECOSISTEMA DA RADIODIFUSÃO BRASILEIRA

O Ecossistema da Radiodifusão Brasileira é um ambiente que engloba todos os sistemas técnicos, comunicacionais, políticos, econômicos, administrativos, sociais e culturais que envolvem a existência e a atuação das empresas de radiodifusão no País. Como a radiodifusão sonora está inserida nesse ambiente, o rádio é um dos sistemas que se desenvolveu a partir de parâmetros internacionais que orientaram a criação, a produção, a comercialização e a recepção dos serviços sonoros na modalidade *broadcast*.

A formação desse ecossistema teve início com o surgimento das tecnologias de telecomunicação – telégrafo, telefone, rádio e televisão – em diferentes partes do mundo, visto que houve a necessidade de organizar um sistema complexo que integraria todos os envolvidos na oferta desses serviços para a sociedade. Federico (1982, p.8) explica que esse sistema integrava diversos interesses e era composto por empresas radiodifusoras; entidades de classe; sindicatos; agências publicitárias; órgãos de fiscalização, controle e normalização; entidades que congregam radiodifusores e nações.

O sistema de telecomunicações participa de um sistema internacional de telecomunicações que lhe estipula normas e diretrizes técnicas e legais através das quais são sancionadas normas internas ao país para poder atuar em harmonia com as nações estrangeiras num âmbito mais amplo. O sistema político-econômico de cada país conforma, por sua vez, o modo de sustentação desses sistemas e sua estrutura legal, dando-lhes nuances e características próprias (FEDERICO, 1982, p.8).

A fim de equilibrar os interesses dos países que ofertavam os serviços, várias conferências internacionais foram realizadas para que se chegasse à criação de uma política internacional de radiodifusão, o que estipulou limites e impôs um certo controle de cada elemento integrante do sistema, respeitando suas particularidades. Nessa fase, houve uma delimitação do espectro de frequências em faixas de utilização definidas para as diversas áreas do planeta. Depois disso, cada país definia a forma de distribuição interna por meio de concessões.

Baseados no fato de que as frequências e canais são detidos pelas Uniões, os Governos passaram a emitir licenças e, em todos eles, foi o Departamento de Correios e Telégrafos o primeiro órgão apontado como competente para a sua emissão. Posteriormente, na medida em que as telecomunicações se desenvolveram e constituíram mais um ramo, o da radiodifusão, e as várias modalidades de prestação e exploração dos serviços foram se ampliando e se disseminando, criaram-se órgãos específicos e com poderes de controle sobre as licenças outorgadas, bem como se foi definido uma legislação específica para monitorar e fiscalizar, de forma mais eficaz, sua atuação (FEDERICO, 1982, p.18).

As diretrizes internacionais para a radiodifusão tomavam como base a principal característica, que era a prestação de serviços para a população. Federico (1982, p.18) relata que entre as recomendações, estavam: o avanço da educação da cultura; responsabilidade para com as crianças; responsabilidade frente à comunidade; estabelecimento de critérios relativos à programação (na televisão se incluem os que se relacionam com ângulos, tomadas e trajés) que definem prescrições sobre assuntos políticos, religiosos, casamento, família, crime, drogas, relações sexuais ilícitas etc; tratamento das notícias e noticiosos e dos assuntos públicos; assuntos públicos controvertidos; programas religiosos; transmissões políticas; critérios para a publicidade; apresentação e utilidade de produtos médico-farmacêuticos; concursos e prêmios; competições.

Cada país adotou seu próprio método de atuação e operação na área, tendo como princípios básicos sua história, geografia, economia, política, desenvolvimento tecnológico e científico, além de outros aspectos socioculturais. A maioria optou também pela criação de um único órgão para tratar tanto de rádio como de televisão, visto que as tecnologias eram semelhantes e, dessa forma, haveria uma economia com base na infraestrutura.

No que diz respeito à regulamentação da radiodifusão no Brasil, o primeiro marco foi a criação de um estatuto específico com base no Decreto Nº 20.047 de maio de 1931. Este passou a regular a radiocomunicação no território nacional, além de determinar as condições para a outorga das concessões, indicar a criação de uma rede nacional e as condições técnicas a serem adotadas pelas emissoras.

Federico (1982, p.50) também destaca a implementação do estatuto jurídico de radiocomunicação por meio do Decreto Nº 21.111 de 1º de março de 1932, que aprovou o regulamento do Decreto Nº 20.047 de 27 de maio de 1931. Este regulamento definia e detalhava as modalidades de serviços existentes na área das telecomunicações. Entre os serviços estavam: radiotelegrafia, radiotelefonia, radiotelefotografia, radiotelevisão, incluindo também quaisquer outros serviços que se utilizassem da radioeletricidade para a

recepção ou transmissão sem fio, de escritos, de sinais, sons ou imagens de qualquer natureza.

Nesse contexto, era necessário estabelecer a definição de conceitos referentes aos sistemas que promovem a comunicação por meio de ondas hertzianas, como telecomunicações, radiocomunicação, radiotelegrafia, radiofonia, radiodifusão (FEDERICO, 1982, p. 22-23).

**Quadro 4 - Sistemas de Serviços Comunicacionais no Brasil**

<b>SISTEMAS DE SERVIÇOS COMUNICACIONAIS</b>	
Telecomunicações	Toda e qualquer transmissão, emissão ou recepção de signos, símbolos, escrita, imagens e sons ou qualquer significado inteligível de qualquer natureza, através de fio, rádio, sistemas eletromagnéticos ou óticos.
Radiocomunicação	Transmissão de uma ou mais estações ou postos determinados, por um processo radioelétrico qualquer, de escritos, sinais, símbolos, imagens ou sons de toda natureza.
Radiotelegrafia	Refere-se à telegrafia sem fios com mensagens transmitidas em Código Morse, usando ondas eletromagnéticas, entre dois pontos pré-definidos.
Radiotelefonia	Telefonia sem fios em que o som é transmitido por ondas eletromagnéticas entre dois pontos pré-definidos.

**Fonte:** FEDERICO, 1982

Outro ponto determinante foi a criação do Código Brasileiro de Telecomunicações que estabeleceu parâmetros, dividindo a radiodifusão entre os serviços de transmissão de sons (rádio) e os serviços de transmissões de sons e imagens (televisão). A descrição dessas especificidades era extremamente importante para a definição dos serviços e delimitação do que cabia a cada um.

A distinção entre radiodifusão e os outros tipos de radiocomunicação não é matéria meramente técnica, porque ela destaca uma condição de natureza legal, ou seja, enquanto nas telecomunicações em geral há um endereço especificado, isso não ocorre na radiodifusão onde as ondas são captadas direta e livremente pelo público ouvinte ou pelo telespectador. No primeiro, existem relações privadas e contratuais entre partes; de um lado uma concessionária prestando serviços como intermediária entre receptor e emissor (ponto a ponto), ou com fins específicos como no caso da radiodeterminação e outras modalidades; enquanto, no segundo, a concessionária não mantém o mesmo tipo de relação porquanto é a fonte de informação e os receptores recebem direta e voluntariamente o sinal através de aparelhos receptores de sua propriedade (FEDERICO, 1982, p.23).



Com o passar dos anos, o serviço de radiodifusão constituiu legislação própria, com o objetivo de ser recebida direta e livremente pelo público em geral, compreendendo radiodifusão sonora e televisiva. O serviço consiste na transmissão de sons (radiodifusão sonora) e de sons e imagens (radiodifusão televisiva), a ser direta e livremente recebidos pelo público em geral, modernamente denominado “comunicação eletrônica” (BRASIL, 2012, p.9-11).

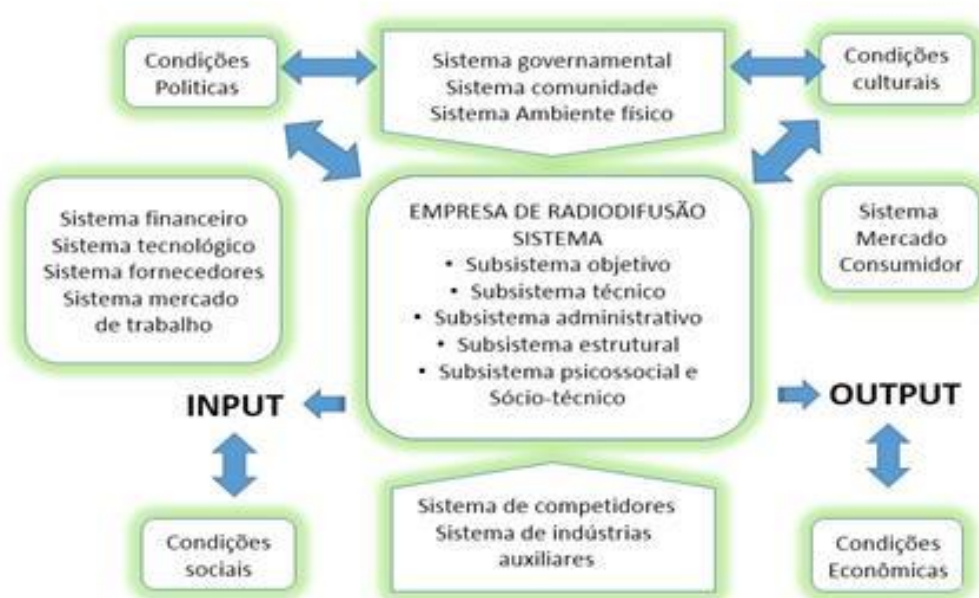
A oferta do serviço de radiodifusão é classificada em: 1) Quanto ao tipo de transmissão – de sons (radiodifusão sonora) ou de sons e imagens (radiodifusão televisiva); 2) Quanto aos serviços – de abrangência local, regional ou nacional; 3) Quanto à modulação – Amplitude Modulada (AM) ou Frequência Modulada (FM); 4) Quanto ao tipo de funcionamento – de horário limitado ou de horário ilimitado; 5) Quanto às ondas radioelétricas – Onda Média (OM), Onda Tropical (OT) e Onda Curta (OC) (BRASIL 2012, p. 9-11).

Na interpretação de Federico (1982, p. 117), a radiodifusão formou um grande ecossistema complexo, composto por uma organização-núcleo que interagiu com outros componentes do seu ambiente externo. Já estes componentes, constituíam uma rede resultante das interfaces entre os elementos e o sistema propriamente dito.

Dos vários tipos de instituições e órgãos, cada um com suas características próprias do tipo de atividades que desempenham para a manutenção do sistema, destacamos os seguintes que agrupamos nos conjuntos: 1 – órgãos responsáveis pelo planejamento, políticas, regulamentação e fiscalização; 2 – órgãos responsáveis pela implantação, instalação e expansão da infra-estrutura técnica; 3 – entidades responsáveis pela operação, pesquisa, desenvolvimento, treinamento e formação em geral da mão-de-obra e mercado de trabalho; 4 – instituições e grupos que compõem a infra-estrutura necessária para a viabilização do sistema de radiodifusão: a) a indústria radiodifusora e a empresa; b) a indústria eletroeletrônica; c) as agências e os anunciantes; d) a comunidade (FEDERICO, 1982, p.117).

A radiodifusão relaciona-se com a tecnologia, com a política, com a economia e com a cultura, tendo como precursores os meios de comunicação tradicionais que abriram caminho para os meios de comunicação eletrônicos. Dentro do mesmo ambiente, todos contribuíam substancialmente com o desenvolvimento da sociedade em meio a um ecossistema complexo.

**Figura 9 – Diagrama do Ecossistema da Radiodifusão**



Extraído de: FEDERICO, 1982

Em visão ampliada, é possível observar o grande ecossistema comunicacional mundial, de onde brotaram as diretrizes internacionais para os ecossistemas dos países, que interagem em rede. A partir do grande ecossistema, formaram-se as redes nacionais, composta por outras redes regionais e locais. E tudo está interligado por nós de interdependência.

O início do século XX marca essa forte atuação do todo sobre as partes, por meio dos acordos internacionais e do estabelecimento de normas que regem os ecossistemas comunicacionais dos países. Nesse sentido, as leis acabam servindo a uma lógica de organização para obtenção de controle, estabelecendo limites de crescimento, abrangência e conquista de mercados.

O Decreto Nº 8.139 de 7 de novembro de 2013 se insere nesse contexto. Ele se encaixa no processo cíclico da legislação brasileira para atender a uma exigência maior do grande ecossistema comunicacional. Passados os anos, os ecossistemas continuam interagindo e formando redes, por vezes, perceptíveis somente a partir de uma visão ampliada e concomitantemente detalhada, que revela as conexões estabelecidas pela grande teia.

Ao longo do século XX, a legislação concernente à radiodifusão sonora brasileira se manteve focada na atuação das emissoras, que se expandiram rapidamente por meio da concessão de outorgas, tanto de AM quanto de FM. A virada para o século XXI marca um outro momento, já focado nas tendências provenientes das transformações tecnológicas que se sucederam com o advento do digital. Com a legislação já amadurecida, pode-se perceber como se desenhou a expansão da radiodifusão brasileira no início deste século.

No começo dos anos 2000, a radiodifusão no Brasil apresentou certo crescimento, apesar de o rádio não ter sido a mídia que recebeu maior investimento publicitário no período. De acordo com a Abert<sup>33</sup>, no ano de 2005, o total de emissoras de rádios comerciais outorgadas era 1.915 e, em 2010, esse número subiu para 2.602, apresentando progressão de 36%, em cinco anos. No mesmo período, as receitas do rádio cresceram 18,5% em termos reais (crescimento total menos a taxa de inflação).

A análise histórica do período de dez anos revela números ainda mais expressivos: a quantidade de emissoras FM passou de 1.322, nos anos 2000, para 2.602, em 2010 – um aumento de 97%. O levantamento também apresentou números referentes aos anos de 2009 e 2010, com aumento de 7,3% do setor comercial de rádio FM. Já a quantidade de rádios comerciais AM cresceu de forma mais discreta: de 2005 a 2010, foram outorgadas 79 emissoras. Somando as 4.193 emissoras de rádios comunitárias e 465 de rádios educativas, o setor alcançou a marca de 9.184 emissoras nesse período, no País.

No ano de 2011, uma pesquisa realizada pela Secretaria de Comunicação Eletrônica do então Ministério das Comunicações<sup>34</sup>, apontava que o País contabilizava 9.973 emissoras licenciadas de rádio e TV, entre educativas e comerciais, além de 4.377 rádios comunitárias outorgadas. Do primeiro montante, 1.501 se referiam a rádios FM, 66 rádios OC, 1.583 rádios OM e 72 rádios OT. As emissoras de TV comerciais somavam 6.197 retransmissoras, 272 geradoras e 39 que transmitem o sinal digital. As emissoras educativas alcançavam a marca de 243 estações, sendo 164 rádios e 79 TVs.

---

<sup>33</sup> Disponível em: <https://tudoradio.com/conteudo/ver/27-O-Radio>. Acesso em 10 jul 2017.

<sup>34</sup> Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/governo/2011/10/ministerio-das-comunicacoes-atualiza-lista-com-dados-de-emissoras>. Acesso em 10 jul 2017.

Em 2015, o Ministério das Comunicações<sup>35</sup> divulgou o aumento de emissoras educativas em 33%, somando 716 emissoras, sendo 508 rádios FM e 208 TVs. Em um ano, houve uma progressão para 952 estações, sendo 714 de rádios FM e 238 de TVs, o aumento se deu em decorrência do Plano Nacional de Outorgas que contemplou todos os estados do País com, pelo menos, uma outorga até o fim de 2016.

Atualmente, com os adventos tecnológicos da era digital, o ecossistema da radiodifusão passa por um processo autopoietico envolvendo seus sistemas que funcionam como núcleos – o rádio e a televisão. Tudo começou com a criação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTD) e deve se intensificar com a migração das emissoras radiofônicas de AM para FM, antes de se consolidar a efetiva transição do sistema como um todo. O ambiente de convergência digital deve suscitar novos parâmetros, leis, culturas, relações, serviços e comportamentos, num ambiente de perspectivas para o rádio e a televisão.

## **5.1 A emissora de rádio**

A emissora de rádio é um dos sistemas que integram o Ecossistema da Radiodifusão Brasileira. Trata-se de uma empresa prestadora de serviços para o Governo Federal, que detém uma outorga com um tempo de duração de dez anos, previsto por lei. A emissora está sujeita a princípios éticos e sociais, podendo perder a concessão, caso não cumpra com suas responsabilidades.

Ferraretto (2014, p.20) define a emissora de rádio como um veículo de comunicação que transmite, na forma de sons, conteúdos jornalísticos, de serviço, de entretenimento, musicais, educativos e publicitários. A emissora tradicional, que tem por base a transmissão hertziana, segue como o principal produtor e distribuidor de conteúdo, no Brasil. A sua moeda de valor é a audiência atraída pelos programas que compõem sua grade de programação.

Enquanto empresa, é necessário que se organize para os modelos do mercado. No Brasil, esse segmento consolidou-se com o modelo de gestão familiar, mas o perfil tem

---

<sup>35</sup> Disponível em: <https://informabr.com/noticias/7137/numero-de-radios-e-tvs-educativas-chegara-a-952-em-todo-o-pais>. Acesso em 10 jul 2017.

mudado devido às exigências da globalização. Atualmente, um desafio tem sido a readequação do modelo de negócio à era digital, já que novos conceitos emergem com as possibilidades dispostas em plataformas da web e em aplicativos móveis da era digital.

### *5.1.1 Perfil das emissoras de rádio*

As emissoras de rádio podem ser classificadas de acordo com seus fins: comunitárias, educativas e comerciais. As comerciais ofertam conteúdos informativos ou de entretenimento e têm fins lucrativos. As educativas não têm fins lucrativos; sua subsistência se dá por meio de recursos da União ou dos governos Estadual e Municipal. As emissoras comunitárias também não têm fins lucrativos, e têm o objetivo de difundir ideias, elementos culturais, tradições e hábitos locais, com o intuito de estimular o lazer em meio às comunidades (FERRARETTO, 2007, p. 49).

As emissoras comerciais funcionam como empresas e devem traçar estratégias de negócio voltadas à realidade do setor, que englobam aspectos conceituais mercadológicos que estão além da identidade e da natureza do serviço comunicacional. Esses mecanismos que direcionam o modelo de negócio são voltados à definição do conteúdo, a ser emitido de forma que atraia o público e que se constitua em um sistema, são eles: segmento, formato, programação e conteúdo.

Hausmann (2010, p.3) explica que o perfil de uma emissora vem da combinação de um tipo de música programada, de estilo e ritmo da fala usada pelos locutores, de técnicas empregadas na produção de comerciais e anúncios de serviços públicos – que faz com que cada emissora seja uma organização complexa, com conteúdos adaptados a públicos e seus perfis. Porém, os formatos mais comuns ainda são os que envolvem a grande massa.

Nessa lógica, as emissoras radiofônicas desenvolvem identidades que visam atrair a atenção de determinados públicos. O público da era digital é mais exigente por diversos fatores, entre eles, acesso a informações de forma instantânea, obrigando emissoras de rádio a se direcionarem a públicos específicos. “Trata-se de uma análise, de pensar uma identidade para o emissor e uma estratégia para que se reflita na mensagem destinada ao ouvinte, razão de ser do rádio” (FERRARETTO, 2014, p.39).

Na capital do Amazonas, as emissoras têm perfil generalista, quase sempre com programações ecléticas (populares), mas também há espaço para a segmentação. As rádios Difusora FM, FM O Povo e Amazonas FM oferecem o que, durante bastante tempo significou a essência do rádio manauense – serviços – estabelecendo a programação dividida em horários, em programas jornalísticos e de entretenimento.

As rádios Boas Novas FM e Rio Mar FM centralizam a programação em conteúdos religiosos, sendo, respectivamente, a primeira evangélica, e a segunda, católica. A Rio Mar FM também transmite programas jovens e populares com músicas não religiosas, em horários determinados, mas é perceptível que a linha de programação predominante é a religiosa.

As rádios Cidade FM (antiga Tropical), Mix Manaus FM, Jovem Pan FM e FM O Dia (antiga A Crítica) adotam programação focada no entretenimento musical jovem. Por isso, seus programas são voltados aos sucessos musicais do momento.

Algumas emissoras associam-se a empresas produtoras de shows e outras pertencem a grupos empresariais que detém empresas do show *business*. A Mix FM, a Jovem Pan FM e a FM O Dia integram redes radiofônicas nacionais, um modelo de negócio que tem gerado resultados positivos aos proprietários das emissoras, em razão da popularidade entre o público jovem.

Outra tendência que cresceu em todo o País e que se estabeleceu em Manaus são as rádios *all news*, segmentadas em notícias. As rádios Tiradentes FM (afiliada da Rede Eldorado), Band News Difusora FM (afiliada da Rede Band News) e CBN Manaus FM (afiliada da Rede CBN do Grupo Globo) integram grandes redes e têm dominado o *share* do segmento. As duas últimas se consolidaram no segmento *all news* após a migração para FM.

Em se tratando das rádios públicas, uma que tem grande representatividade cultural e simbólica para o Amazonas é a Rádio Cultura AM, integrante da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e pertencente à Fundação Televisão e Rádio Cultura do Amazonas (Funtec). A emissora passa por um momento de letargia. Até hoje só transmite em OT. Está obsoleta para o cenário atual e não há sinais de possíveis investimentos para que possa migrar para FM, uma vez que a EBC já se posicionou contra a migração, informando que suas rádios não passarão pelo processo.

No dia 9 de setembro de 2010, o Ministério das Comunicações publicou, no DOU, a consignação para a funcionamento da Rádio Marinha Manaus<sup>36</sup> (99,9 FM). A emissora foi inaugurada em 2012 para ofertar uma programação informativa de serviço, com o intuito de divulgar assuntos de interesse das Forças Armadas. Sua programação é composta por músicas do estilo contemporâneo e programetes educativo-culturais produzidos fora do Amazonas, em Brasília. Essa rádio tem perfil institucional e não aborda questões ligadas à regionalidade.

A experiência que marca um ensaio para o início do rádio universitário na Universidade Federal do Amazonas (Ufam) foi a criação da Rádio Hall<sup>37</sup>, um sistema de transmissão experimental improvisado por professores e alunos dos cursos de Comunicação, com o intuito de proporcionar as práticas radiofônicas, no início dos anos 1990. A extinta rádio integrava um grupo de projetos experimentais, incluindo também o Cine-Vídeo Tarumã, que existe até os dias atuais. Naquela época, o estágio havia sido extinto da matriz curricular e era preciso ofertar atividades práticas aos acadêmicos, dentro das ações e da infraestrutura do próprio curso.

A legalização das rádios comunitárias no Brasil se deu por meio da Lei Nº 9.612 de fevereiro de 1998. A rádio amazonense A Voz das Comunidades foi a primeira nessa categoria a receber esta concessão, tendo a autorização definitiva antes das demais que também tramitavam em Brasília. Situada na zona Norte de Manaus, a rádio realiza uma programação aos moldes exigidos por lei, difundindo assuntos de interesse da comunidade.

### 5.1.2 Segmentação

A segmentação é um processo que associa a conciliação entre os anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos do emissor e do receptor. Além da identidade construída pelo emissor, a rádio foca qualquer das suas manifestações comunicacionais, em dada parcela do público. Os segmentos que uma emissora pode adotar são

---

<sup>36</sup> MARINHA DO BRASIL. Rádio Marinha Manaus. Disponível em: [https://www.marinha.mil.br/com9dn/comsoc\\_radio\\_marinha](https://www.marinha.mil.br/com9dn/comsoc_radio_marinha). Acesso em 27 out 2017.

<sup>37</sup> Dossiê RP: memória das Relações Públicas no Amazonas. Perfil do Departamento. Disponível em: <https://dossierp.wordpress.com/2013/01/30/perfil-do-departamento/>. Acesso em 27 out 2017.

(FERRARETTO, 2014, p.49): jornalístico, popular, musical, comunitário, cultural e religioso.

**Quadro 5 - Segmentos da Emissora de Rádio**

<b>SEGMENTOS DA EMISSORA DE RÁDIO</b>	
Jornalístico	Utilizado pelas emissoras que se dedicam a uma programação que tenha como forte o jornalismo, podendo ainda incluir cobertura esportiva ou apenas noticiários.
Popular	Tem o foco na prestação de serviços. Nesses segmentos, a linguagem coloquial é a mais utilizada e o comunicador se coloca como representante do povo.
Musical	Caracteriza-se pela transmissão de música, com ou sem a presença do locutor. Divide-se em: musical adulto, musical jovem, musical gospel, musical popular.
Comunitário	Apresenta a expressão do movimento das rádios comunitárias em termo de segmentação.
Cultural	É comum para emissoras que não tenham fins lucrativos, voltado à vertente educativa.
Religioso	Apresenta muito conteúdo falado. Caracteriza-se por igrejas radiofônicas nas quais trata-se somente de conteúdo religioso.

**Fonte:** FERRARETTO, 2014

As rádios com programação segmentada do Amazonas estão sediadas somente em Manaus. Algumas encaixam-se no segmento *all news*, sendo a CBN Amazônia FM, a Tiradentes FM (91,5 FM) e a Band News Difusora FM. Já no segmento entretenimento jovem, estão as rádios FM O Dia, Jovem Pan Manaus FM e Mix FM.

Isso se dá por conta da realidade econômica dos outros 61 municípios amazonenses, em relação à capital. Manter conteúdo de qualidade com uma programação 24 horas no ar representa custo elevado. Por isso, também, muitas emissoras aderem ao modelo de rede. Essa é uma forma de manter a outorga e preencher pequenos espaços dentro da programação geral. As redes são um modelo de gestão que requer menor investimento em tecnologia e contratação de mão de obra.

Esse modelo se expande a cada dia e está presente em todas as cidades brasileiras mais desenvolvidas economicamente. O ponto forte é a possibilidade de ter uma vasta programação com baixo custo, e o negativo é o conflito da identidade



local/regional diante da predominância da programação referente a outros centros urbanos.

### 5.1.3 Formatos de programação

O formato de programação radiofônica constitui-se a partir da proposta do segmento. Já os formatos de programa atuam dentro dos padrões relacionados à identidade da própria emissora. Esses programas podem ser: falados e/ou não musicais de programação ou formatos musicais de programação (FERRARETTO, 2014, p. 53).

Tanto o formato de programação quanto o formato de programas de uma rádio, estão baseados em seus objetivos comunicacionais e comerciais, além de serem determinados de acordo com o perfil da audiência. A partir da definição do público que se quer alcançar, se adota a programação e são constituídos programas para a realização de uma comunicação efetiva. A produção de conteúdo e as estratégias comerciais também seguem os hábitos de consumo do público.

No que corresponde à formatação de programação, alguns formatos americanos se tornaram referências internacionais por se tratarem de verbetes da *The Museum of Broadcast Communications encyclopedia of radio*: adulto contemporâneo; *country, jazz, pop, rock* e outros formatos do gênero musical; *beautiful music, easy music ou golden music; contemporary hit radio*; clássico; *flaskback*; eclético; público; religioso; serviço (FERRARETTO, 2014, p. 64-69).

**Quadro 6 - Formatos de Programação Radiofônica**

FORMATOS DE PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA	
Adulto contemporâneo	Direcionados à faixa etária de 25 a 49 anos, pertencentes às classes A e B. A programação é basicamente musical.
<i>Country, jazz, pop, rock</i> e outros formatos por gênero musical	Encontrados em pouca proporção, já que pouquíssimas emissoras optam por eles. Essa formatação por gênero musical é uma prática comum nos Estados Unidos.
<i>Beautiful music, easy music ou golden music</i>	Tem a predominância de músicas instrumentais. Este formato é voltado a um público mais velho que o adulto contemporâneo.
<i>Contemporary hit radio (CHR)</i>	Conhecido nos anos 40. Se baseia na repetição de 40 sucessos musicais.

FORMATOS DE PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA (continuação)	
Clássico	São raríssimas as emissoras que difundem música erudita no Brasil. A programação pode exibir partes ou as obras completas em alguns horários reservados para essas execuções.
<i>Flashback</i>	Identifica um leque considerável de programações. Pode ser composta por antigos sucessos ou sucessos mais recentes.
Eclético	Típico das emissoras brasileiras de centros urbanos de menor porte que optam por segmentar suas programações por horários. Constitui-se de um conjunto de programas buscando agradar a vários ouvintes.
Público	O rádio público envolve normalmente as emissoras outorgadas como comunitárias ou educativas. Constitui-se de um rádio que promove a construção da cidadania e a difusão cultural.
Religioso	Constitui-se de uma espécie de igreja radiofônica. Inclui pregações, chamadas de curas milagrosas. Normalmente, padres e pastores conversam com os ouvintes para fazer aconselhamento espiritual.
Serviço	Emissora jornalística voltada ao gênero utilitário. Além de programação contendo serviços, a programação é continuamente interrompida para que haja intermediação na resolução de problemas dos ouvintes.

Fonte: FERRARETTO, 2014

Há diferenças entre a programação das emissoras de rádio da capital e das demais cidades do Amazonas. Enquanto as rádios do interior são voltadas às necessidades do interiorano, com serviços comunitários e de utilidade pública, além de entretenimento; as rádios da capital, se encaixam na dinâmica urbana, com a oferta de programações direcionadas ao entretenimento jovem, a notícias nas diferentes editorias (política, economia, cidades) e esferas geográficas (locais, nacionais e internacionais), além de serviços de utilidade pública. Devido às raízes históricas do rádio amazonense, a vocação do serviço de utilidade pública permanece forte até os dias atuais.

Somente as rádios Difusora FM, FM do Povo, Diário FM, Rede Boas Novas FM e Rio Mar FM mantém o enfoque local como prioridade nas suas programações. Outra característica ainda preservada são os programas de recados para o interior. A Rádio Cultura AM prioriza este tipo de serviço em sua programação, em razão da própria essência das emissoras AM.

A Rádio Rio Mar FM também mantém o Programa Correspondente do Interior, pelo fato de estar se tornando uma rede de abrangência local, que passará a integrar as rádios

católicas situadas em outros municípios amazonenses, como a Rádio Castanho, do Careiro Castanho.

#### 5.1.4 Programação radiofônica

A programação radiofônica envolve dois processos: quem produz conteúdo e quem o recebe. Apesar dessa articulação parecer algo simples e intuitivo, engloba reflexão apurada, planejamento exaustivo e acompanhamento constante. Entre os pilares de uma rádio está a programação, cujo objetivo é permitir que os ouvintes se identifiquem com o veículo (FERRARETTO, 2014, p. 39).

A programação é um conjunto organizado de conteúdos veiculados por uma emissora de rádio. Normalmente, são conhecidos como programas ou peças radiofônicas, sejam estas jornalísticas, de entretenimento, de serviços, publicitárias, propagandísticas e musicais, produzidas conforme o formato adotado pela emissora. Os tipos de programação podem ser: linear, em mosaico e em fluxo (FERRARETTO, 2014, p.70).

**Quadro 7:** Tipos de Programação

TIPOS DE PROGRAMAÇÃO	
Linear	Programação com conteúdos homogêneos, que seguem um formato claro e definido.
Em mosaico	Engloba um conjunto de conteúdos extremamente variados e diferenciados. Comum nas emissoras de mercados menos desenvolvidos do ponto de vista econômico.
Em fluxo	Tipo de programação estruturada em uma emissão constante em que se toma todo o conjunto como uma espécie de grade de programa dividido em faixas bem definidas.

Fonte: FERRARETTO, 2014

Os programas variam de acordo com os propósitos da programação que, por sua vez, segue as premissas do segmento e da formatação da qual faz parte. Também se faz necessário considerar a identidade da emissora. Hausmann (2010, p.3) alerta que as estratégias comerciais das empresas radiofônicas são direcionadas à mesma finalidade deste segmento: “O objetivo de uma programação de uma emissora de rádio comercial é colocar algo no ar para atrair a audiência para ser vendido aos anunciantes”.

A maior parte das rádios amazonenses têm a programação constituída em mosaico, principalmente as de abrangência local. Já as rádios segmentadas que integram as grandes redes radiofônicas nacionais, têm sua programação definida de forma linear, devido à essência padronizada deste modelo de negócio. A Rádio Cidade FM é a única que ainda preserva o modelo de programação em fluxo, característica da extinta rede de rádios que integrou. Inclusive, a emissora mantém o nome associado ao da rede até hoje.

### 5.1.5 Audiência

O departamento comercial de uma emissora de rádio é o canal entre a agência de publicidade e a emissora. O setor conta com profissionais com experiência em avaliação de mídia. São eles que têm informações sobre a avaliação de audiência mostradas nas pesquisas (HAUSMANN, 2010, p. 61).

Ortriwano (1985, p.48) esclarece que as emissoras de rádio agiram de forma amadora, mas após a inserção da publicidade no meio radiofônico foi possível encontrar desenvolvimento técnico, *status* da emissora e sua popularidade. Os números da audiência constituem a base da mídia publicitária. As pesquisas apresentam índices que mensuram se as escolhas de programação estão sendo bem aceitas ou não.

O interesse em acompanhar a audiência do rádio começou com a massificação do meio nos anos 1940, época em que se buscou maior profissionalização para o negócio. No ano de 1942, foi criado o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), a fim de medir a audiência do setor radiofônico que crescia de forma acelerada no País. O Ibope fornecia informações para as emissoras do eixo Rio de Janeiro – São Paulo, com dados sobre o público e horários de acompanhamento da programação, gerando aumento da credibilidade do rádio comercial (AZEVEDO, 2002, p.77).

Ainda hoje, o Ibope é uma das instituições mais conceituadas na área, medindo a audiência do rádio por meio de retrospectivas *recall*, que consiste em entrevistar o público para conhecer sua opinião. A pesquisa é com base em quais estações foram ouvidas no período de 48 horas, contendo coleta de dados diariamente. A Pesquisa Kantar Ibope Media divulga os investimentos publicitários direcionados ao meio e apresenta informações sobre a audiência no Book Rádio. Dessa forma, disponibiliza indicadores

para decisões em negócios. Porém, nenhuma dessas pesquisas são realizadas no Amazonas.

Nas quatro edições do Book Rádio da Pesquisa Kantar Ibope Media publicadas, a audiência do rádio apresenta os comportamentos predominantes:

2015<sup>38</sup>: 89% dos brasileiros ouve rádio; a maior parte dos ouvintes é composta por mulheres (53%); a média de idade que predomina tem de 30 a 39 anos (28%); *device* mais utilizado para ouvir rádio é aparelhos de rádio comum (65%); o tempo médio de consumo é de três horas e 50 minutos; o conteúdo mais consumido se constitui de notícias e prestação de serviços (65%).

2016<sup>39</sup>: 89% dos brasileiros ouve rádio; a maior parte dos ouvintes é composta por mulheres (52%); é mais consumido pela classe C (45%); *device* mais utilizado para ouvir rádio é aparelhos de rádio comum (58%); o pico de audiência por esse aparelho é entre 10h e 11h; o conteúdo mais consumido se constitui de noticiários (locais, nacionais, internacionais) (71%).

2017 (1º semestre)<sup>40</sup>: 89% dos brasileiros ouve rádio; a maior parte dos ouvintes é composta por mulheres (52%); a média de idade que predomina tem de 30 a 39 anos (20%); é mais consumido pela classe C (48%); o tempo médio de consumo é de quatro horas e 36 minutos.

2017 (2º semestre)<sup>41</sup>: 87% dos brasileiros ouve rádio; a maior parte dos ouvintes é composta por mulheres (52%); o percentual de jovens (15 a 19 anos) que ouve rádio chega 91%; o tempo médio de consumo dos entrevistados é de quatro horas e 40 minutos; *device* mais utilizado para ouvir rádio é aparelhos de rádio comum (58%); a maior parte dos ouvintes usa para atualização rápida das notícias (35%).

Como pode ser observado, a Book Rádio da Pesquisa Kantar Ibope Media, realizada em regiões metropolitanas do Brasil, fornece dados que podem balizar formatos a serem adotados pelas emissoras. O panorama indica que o rádio permanece entre os meios de comunicação de interesse dos brasileiros, já que quase 90% dos entrevistados afirmaram ter ouvido rádio, em trinta dias.

---

<sup>38</sup> Disponível em: <https://clientportal.kantaribopemedia.com/book-de-radio/>. Acesso em 20 out 2017.

<sup>39</sup> Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/book-de-radio-2/>. Acesso em 20 out 2017.

<sup>40</sup> Disponível em: [https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2017/02/Book-de-R%C3%A1dio\\_site.pdf](https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2017/02/Book-de-R%C3%A1dio_site.pdf). Acesso em 20 out 2017.

<sup>41</sup> Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/book-de-radio-4a-edicao/>. Acesso em 20 out 2017.

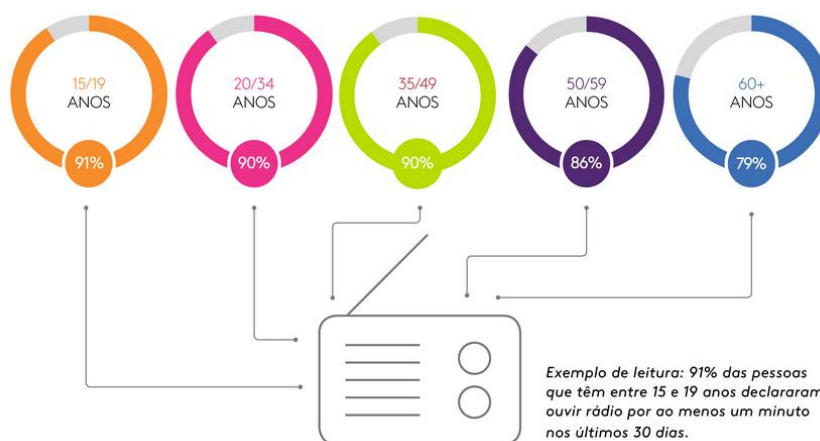
O destaque é para as mulheres, que nas quatro edições da pesquisa figuram entre o público que mais ouve rádio. O percentual do público jovem que ouve rádio também é expressivo: na primeira faixa etária de entrevistados (15 a 19 anos), 91% ouvem rádio, e na segunda faixa (20 a 34 anos), 90% disseram ouvir.

Outro dado interessante é o tempo médio que as pessoas dedicam para acompanhar a programação radiofônica, que pode passar de quatro horas. Seguindo a dinâmica da pós-modernidade, a maior parte dos ouvintes prefere notícias e obter informações de forma rápida. Importante notar que em todas as pesquisas o aparelho receptor comum permanece na liderança de plataforma de recepção.

**Figura 10 - Infográfico da audiência em rádio - 2017**

O meio rádio atinge **87%** da população nas 13 regiões metropolitanas do Brasil, em trinta dias.

**Ele alcança pessoas de todas as idades**



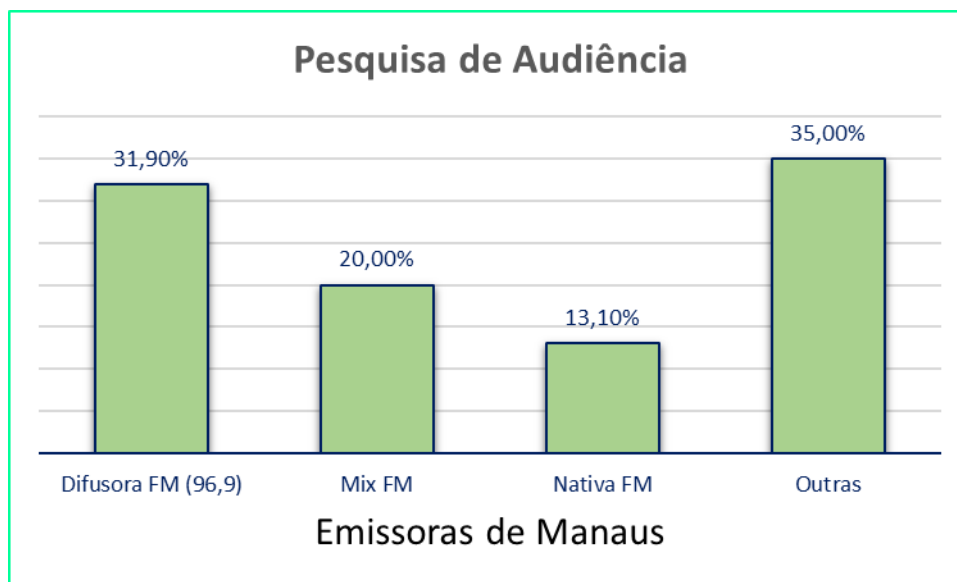
**Extraído de:** Book Rádio - KANTAR IBOPE MEDIA, 2017

A Kantar Ibope Media mensura a audiência radiofônica em 13 regiões metropolitanas do Brasil, deixando de fora Manaus. Essa escassez se reflete nos modelos de programação adotados pelas emissoras locais, que acabam seguindo as tendências de rádios de outras capitais, especialmente do Rio de Janeiro e São Paulo.

A pesquisa mais recente que mensurou a audiência do rádio em Manaus foi feita pela Action Pesquisas de Mercado, entre outubro e novembro de 2017. A empresa constatou que as emissoras de maior audiência em Manaus são as rádios Difusora FM

(31,9%), Mix FM (20%) e Nativa FM (13,1%). Percebe-se que as três rádios atuam no entretenimento, sendo que as duas últimas focam no perfil jovem, ocupando grande parte da grade com músicas.

**Gráfico 2 - Audiência das rádios de Manaus**



**Fonte:** Action Pesquisas de Mercado, 2017

A Action Pesquisas de Mercado identificou que 79% dos entrevistados têm mais de 15 anos. Esse dado é representativo, uma vez que 1,4 milhões manauenses têm mais de 15 anos (IBGE, 2017).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) contribui com dados que podem ajudar os radiodifusores manauenses quanto às estratégias de atuação em plataformas digitais. As informações recentes indicam que, em 2016, o uso do celular por um morador ocorria em 87,8% dos domicílios de Manaus, sendo que 3 milhões e 857 mil pessoas residem nesses locais (IBGE, 2017).

Ainda conforme o IBGE (2017), o percentual de manauenses que acessavam a internet chegava a 56,8% dos domicílios. O acesso à internet via celular predominava em 98% do total, informação que demonstra o potencial da internet e do celular como plataforma para a expansão do rádio na capital do Amazonas.

Em 2015, foram vendidos 12 milhões de aparelhos no Brasil – número que representa aumento de 17%, se comparado ao cenário atual. Em contrapartida, a

empresa de consultoria IDC Brasil também divulgou que houve uma queda de 7,3% na venda de smartphones em 2016, alcançando-se a marca de 43,5% de aparelhos vendidos, fato que pode ser atribuído à crise econômica (FGV/SP, 2015).

A convergência digital é vital para a nova fase do rádio. A pesquisa *Digital in 2017 Global Overview*<sup>42</sup>, realizada pela *We Are Social e Hootsuite*, aponta que mais da metade da população do planeta tem acesso à internet, o que representa 3 bilhões e 773 milhões de pessoas.

O estudo também demonstra a forte presença da tecnologia na vida das pessoas, indicando que 4 bilhões e 917 milhões acessam a grande rede via smartphones. Os brasileiros chegam à marca de 139 milhões de internautas, ficando aproximadamente oito horas e 56 minutos conectados por dia, sendo três horas e 43 minutos nas redes sociais.

Dados do relatório da economia digital da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento revelam que o Brasil ocupa o quarto lugar no ranking mundial de pessoas que estão conectadas à internet, com 120 milhões de brasileiros acessando a rede de computadores. De 2012 a 2015, o acesso à internet cresceu, em média, 3,5%, sendo que os brasileiros chegam a usar 40 aplicativos móveis por mês e uma média de 12 Apps por dia.

Uma outra entidade que ajuda a compreender o perfil do consumo de novas tecnologias é a Sociedade Brasileira de Consumo e Varejo. Pesquisa divulgada pela instituição aponta que, entre setembro de 2016 e setembro de 2017, o consumo de aplicativos por brasileiros subiu de 37% para 58%. Se destacam os Apps de transporte (99, Uber e Cabify), entrega de refeição, reserva de quarto de hotel ou apartamento.

Ao reunir esses dados, o radiodifusor pode formar um panorama dos hábitos de consumo do brasileiro, que cada vez mais tem aderido ao uso de tecnologias digitais. Diante dessa mudança de comportamento do consumidor, as emissoras de rádio precisam adotar estratégias que atraiam audiência.

Lopez (2016, p.334) explica que essas mudanças estão relacionadas aos novos espaços de diálogo e participação, especialmente fomentadas com o advento da internet que atribuiu “voz de fala aos sujeitos on-line”.

---

<sup>42</sup> WE ARE SOCIAL E HOOTSUITE. [Digital in 2017 Global Overview](https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview). Disponível em: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview>. Acesso em 25 set 2017.



A dinâmica das plataformas digitais é distinta e retira o controle dos fluxos comunicacionais das mãos da emissora. A audiência pode agora compartilhar – pela postagem original da rádio ou em uma postagem própria – conteúdos de produção da emissora; pode avaliar a programação, marcando a emissora e assim dando mais visibilidade à sua fala diante da audiência específica; pode contrapor informações transmitidas sem que a rádio possa responder ou apagar o comentário. O público, ouvinte-internauta, leva nas plataformas digitais seu potencial interativo a um grau que não é comum aos comunicadores radiofônicos, assumindo para si o lugar de fala sobre os acontecimentos (LOPEZ, 2016, p.334).

Muitas emissoras de rádios já têm utilizado as mídias sociais para atrair e acompanhar a audiência do público, além de aplicativos móveis que mensuram acessos, preferências, interesses e geolocalização dos ouvintes. As programações contam com a interatividade em tempo real e, entre as estratégias, o público contribui com pautas, manda recados em áudio, participa de sorteio e curte as publicações da rádio. A tendência é que novos produtos surjam para atender a demanda que vem crescendo.

## **5.2 As empresas radiofônicas**

As emissoras de rádio comerciais são empresas do setor que se caracterizam como organizações privadas voltadas à obtenção de lucro por meio de investimentos publicitários. O modelo clássico é baseado na aquisição de outorga por parte do Ministério das Comunicações, que dá o direito à concessão para a transmissão de conteúdos por meio do Sistema de Radiodifusão Sonora.

As emissoras que se constituem em empresas voltadas à obtenção de lucro representam a parcela mais significativa do rádio brasileiro, carreando para si a maior quantidade de ouvintes. Aos programas, associam-se os espaços publicitários, constituindo no seu conjunto o produto oferecido pelo radiodifusor, ou seja, pelo empresário responsável por este tipo de empreendimento. Estas emissoras, possuem assim, dois tipos de clientes: os ouvintes, que com sua audiência se tornam consumidores em potencial e, os anunciantes, interessados em atingir com suas mensagens um número crescente de pessoas (FERRARETTO, 2007, p. 46).

Como empresa privada, o tamanho do empreendimento está relacionado aos seus objetivos e recursos. As empresas podem ter sua organização distribuída em departamentos, como: diretoria ou gerência, comercial, jornalístico, esportivo, produção, programação, de vendas e promoção. Muitas dessas empresas integram grupos de

comunicação ou mesmo redes radiofônicas. Essas empresas se mantêm por meio dos anúncios publicitários, que geram recursos para custear sua sobrevivência no mercado.

As últimas pesquisas realizadas pelo Kantar Ibope Media sobre o rádio brasileiro apontam que o negócio não tem evoluído no volume de investimentos publicitários, representando uma pequena participação no total do capital empregado pelos anunciantes nos meios de comunicação.

No ano de 2014, os investimentos publicitários nos meios de comunicação brasileiros alcançaram a marca de R\$ 121 bilhões, sendo que os investimentos no rádio foram de R\$ 5.088. 941, o que representa 4%; em 2015, esses investimentos foram de R\$ 132 bilhões, o rádio ficou com R\$ 5.173.378, ou seja, 3,9% dos investimentos; e no ano de 2016, os investimentos publicitários foram de R\$ 129,9 bilhões, porém o rádio só alcançou R\$ 4.894.977, referente a 3,8% desses investimentos (KANTAR IBOPE MEDIA).

**Tabela 1:** Investimentos Publicitários em Meios de Comunicação no Brasil

INVESTIMENTOS PUBLICITÁRIOS EM MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL			
ANO	TOTAL (R\$)	RÁDIO (R\$)	% DO TOTAL
2014	R\$ 121 bilhões	R\$ 5.088. 941	4%
2015	R\$ 132 bilhões	R\$ 5.173.378	3,9%
2016	R\$ 129,9 bilhões	R\$ 4.894.977	3,8%

Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA, 2015 - 2017

A queda dos investimentos publicitários acarreta instabilidade para o negócio radiofônico, visto que a falta de recursos dificulta a adoção de estratégias que englobem a oferta de serviços inovadores e de qualidade. Se de um lado as pesquisas indicam que os brasileiros estão mantendo interesse em ouvir rádio; por outro, mostram que as pessoas também têm migrado para as plataformas digitais. Portanto, é urgente que as empresas de rádio se adaptem às novas formas de consumo da audiência.

A sustentabilidade financeira hoje é um desafio que exige das emissoras construir estratégias não somente para vender espaços de inserção de spots de 30 segundos, mas também fazer projetos customizados para atender a necessidade do patrocinador. E nesses projetos é preciso ter um mix de soluções para ações que, invariavelmente, são do tipo cross media (BIANCO, 2012, p. 32).

O negócio radiofônico se desenvolveu no País por meio da gestão familiar, da inserção em grupos comunicacionais ou por ligações com a política e a religião. Isso fez com que parte do mercado radiofônico não percebesse a necessidade de tratar a empresa como uma organização que precisa ter sua estrutura com base nas premissas da administração, seguindo modelos e estratégias inovadoras, tal como tem se modernizado o mercado nas mais diversas esferas de negócios.

As emissoras de rádio necessitam de uma visão mais profissionalizada atuando de forma clara e direta na melhoria de suas programações e também nas formas de distribuição de conteúdo para os seus ouvintes. Para tanto, é fundamental se organizarem em torno da lógica do cliente, aprendendo e utilizando formas colaborativas para fidelizar estes usuários e também os patrocinadores. Dentro deste novo processo de gestão será necessária a implementação de análises de mercado mais eficazes com a organização de metas, intrinsecamente ligadas a “Missão, Visão, Valores e Objetivos” da empresa (BUFARAH JUNIOR, 2016, p.321).

Para alguns empresários, tem sido mais lucrativo locar suas estruturas de transmissão, inclusive com arrendamento da outorga. Outra situação que compromete a consolidação de parte das emissoras de rádio é a falta de investimentos tanto em infraestrutura como em capital humano. Em alguns casos, também há a falta de sensibilidade quanto às variações de cenários políticos e econômicos, ainda que estes estejam dentro de uma perspectiva globalizada.

Bufarah Junior (2016, p.322) sugere ações que as empresas radiofônicas podem adotar para uma gestão eficiente do negócio: a capacitação de gestores dentro de conceitos modernos e estratégicos; implementação de processos eficientes adequados ao negócio; políticas de desenvolvimento de colaboradores em perfis atuais; gestão financeira estratégica do negócio para expandir o negócio através de metas e mensurações; investir em pesquisas e tecnologias que otimizem a qualidade da programação por meio da audiência; busca de novos caminhos para a entrega do conteúdo.

O negócio radiofônico exige planejamento, com definição de metas de crescimento e adaptação tecnológica. Pesquisas que indiquem perfis e preferências da audiência contribuem para a formatação da programação e dos programas. A audiência é o que impulsiona qualquer negócio que envolva os meios de comunicação. Na conjuntura atual, a migração de AM para FM somada aos impactos das novas tecnologias nivelará o

mercado radiofônico e aumentará a competitividade entre as emissoras, suscitando novos cenários com novos desafios aos radiodifusores.

### **5.3 Um diagnóstico das emissoras de rádio no Brasil**

No início dos anos 2000, o Laboratório de Pesquisa em Políticas de Comunicação da Universidade de Brasília (Lapcom) realizou uma pesquisa intitulada Mapeamento das condições técnicas das emissoras de rádio brasileiras e sua adaptabilidade ao padrão de transmissão digital sonora terrestre. O objetivo era apresentar um diagnóstico das condições operacionais das emissoras brasileiras de rádio. A levantamento visava gerar subsídios para que políticas públicas de desenvolvimento pudessem ser realizadas para o mercado da radiodifusão sonora, tendo em vista a migração para o sistema digital.

O mapeamento envolveu 6.338 emissoras de rádio, sendo 39% AM, 60% FM e 1% OC e OT. A pesquisa foi realizada no período de abril a dezembro de 2009. Desse total, 68% eram comerciais, 13% correspondiam às educativas e 17% se consideravam comunitárias. Os números representam o perfil de 80% das rádios brasileiras, instaladas em sua maioria nas Regiões Sul e Sudeste (BIANCO; ESCH, 2010, p.163-164).

Sobre as emissoras pesquisadas, Bianco e Esch (2010, p.164) afirmam que as rádios têm “um perfil de programação ancorado, basicamente, na utilização de músicas, com pouca produção informativa e fortemente dependente do poder comunicativo dos seus comunicadores”. A maioria tem pequeno e médio porte, possuindo uma média de sete a oito salas, envolvendo departamentos de direção, produção de conteúdo (incluindo redações jornalísticas), estúdios, administrativo, técnicos e transmissão.

Quanto aos suportes tecnológicos, 74% das emissoras não integram rede por satélite; 25% estão em rede, sendo apenas 13% cabeça de rede. As emissoras também apresentaram variações na programação, sendo 28% com conteúdo jornalístico predominante, 25% baseadas em música, 18% voltadas a prestação de serviços, 11% direcionadas a programas de variedades com comunicadores populares, e 5% com programas comunitários (BIANCO; ESCH, 2010, p.165).

Os resultados da pesquisa também apresentam informações sobre os profissionais de comunicação que atuam no rádio, indicando que há pouca produção de conteúdos

jornalísticos e informativos devido à falta de qualificação acadêmica em jornalismo. O mesmo acontece quando se trata de publicidade.

Na pesquisa do Lapcom, 41% das emissoras não têm, em seus quadros, jornalistas graduados. A maior parte desses (71%) está em emissoras comerciais da Região Nordeste. Das quase quinhentas participantes da pesquisa, 220 (53%) disseram ter menos de três jornalistas provisionados, igualmente concentrados nas rádios comerciais das Regiões Sul e Sudeste. Encontrou-se quadro semelhante no setor de produção: 58% dos profissionais não têm curso superior em comunicação. Apenas 35% das emissoras disseram ter produtores com formação superior. O número de profissionais nessas emissoras, em média, não passa de três (BIANCO; ESCH, 2010, p.165).

O diagnóstico concluiu que a maioria das emissoras já trabalha com a produção de conteúdo digitalizada, demonstrando que em seus ambientes o computador divide espaço com equipamentos analógicos. Outra questão é que a maioria das rádios opera com sistemas de automação, sendo que 95,36% delas contam com acesso à internet. Um dado interessante é que 77% das emissoras pesquisadas têm sites na web.

No que se refere à tecnologia utilizada para as transmissões, Bianco e Esch (2010, p.168) demonstram preocupação, já que as emissoras demonstraram necessitar de grande investimento para adequar a infraestrutura à tecnologia digital, existindo ainda um número significativo de rádios com transmissores valvulados, o que representa 37% do total do corpus analisado.

O equipamento valvulado está concentrado em emissoras das Regiões Nordeste (24%), Sul (26%) e Sudeste (37%). Ao se analisar os dados pelo tipo de tecnologia de transmissão, observou-se que 35% dos valvulados estão em emissoras AM, e 62%, nas de FM. Embora as comunitárias estejam dentro da classificação de FM, apenas 5 das 84 pesquisadas disseram ter transmissor valvulado. Entre as FMs comerciais, mais da metade possui equipamento à válvula, um terço das comerciais AMs e das educativas FMs, metade das educativas AMs e a totalidade das estações OCs e OTs também apresentam esse tipo de tecnologia (BIANCO; ESCH, 2010, p.168).

O levantamento reflete a realidade da primeira década dos anos 2000, e revela as diversidades que compõem o ecossistema da radiodifusão brasileira. Mostra, ainda, a relevância de pesquisas que deem subsídios para o desenvolvimento de políticas públicas que ajudem a nivelar a infraestrutura das emissoras de rádio do País, diante da necessidade de modernização destas, até que haja condições adequadas para a implantação do sistema digital.

À luz das teorias da Autopoiese e da Complexidade, esta tese busca compreender o cenário do rádio no Estado do Amazonas, onde cinco emissoras já passam pelo processo de migração de AM para FM. Entende-se que o ecossistema comunicacional passará por um processo autopoietico complexo que gerará nova ordem a ser observada por meio da reestruturação física e tecnológica das estratégias administrativas e econômicas, além da readequação do modelo de negócio do rádio amazonense que se encontra em intenso processo de convergência digital.

## **CAPÍTULO 6: O BRASIL EM TEMPOS DE MIGRAÇÃO RADIOFÔNICA**

Embora a TV tenha se desenvolvido no Brasil a partir dos anos 1960, suas adaptações ao digital começaram no início dos anos 2000, portanto, antes do rádio – que já estava em expansão no País desde os anos 1920. Imprescindível notar que, em paralelo à televisão, o rádio manteve sua audiência. Tanto que as pesquisas recentes reforçam que quase 90% dos brasileiros ouvem rádio.

No entanto, a TV pode não ter tirado a audiência do rádio, mas subtraiu, consideravelmente, os investimentos em publicidade. Como protagonista entre os anunciantes, a televisão anteviu a queda da audiência diante do advento do digital e antecipou sua digitalização. Evidente que a modernização da televisão brasileira também segue a interesses econômicos e políticos.

O fato é que a TV digital se tornou realidade no Brasil desde que o Governo Federal e empresários da área decidiram planejar a mudança do padrão analógico de *broadcast*<sup>43</sup>. Desse modo, o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD)<sup>44</sup> foi instituído por meio do Decreto de Lei Nº 4.901 de 23 de novembro de 2003, tendo sua

---

<sup>43</sup> Broadcast: (radiodifusão) modo de transmissão de um sinal sobre um determinado espectro, a ser recebido por dois ou mais elementos de recepção. ANATEL. Glossário de Termos Técnicos de Telecomunicações.

<sup>44</sup> BRASIL. Agência Nacional de Telecomunicações. Televisão Digital. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/setorregulado/televisao-digital>. Acesso em 15 out 2016.

implementação marcada por uma intensa agenda de procedimentos e processos que se perduram até os dias atuais.

Ainda que as discussões em torno da digitalização do rádio brasileiro tenham começado no final dos anos 1990, esse processo começou a ser efetivado, de fato, com a instituição do Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD) pela Portaria<sup>45</sup> nº 290, de 30 março de 2010. Todavia, os diversos testes e discussões sobre o assunto indicaram que o rádio brasileiro precisaria de mais tempo para adequar-se ao padrão digital.

Essas adequações da radiodifusão sonora envolvem diferentes aspectos: tecnologia, legislação, industrialização, política, economia e sociocultural. Até aqui, adequações têm sido a tônica do meio sonoro. Herreros<sup>46</sup> (2011) afirma que o rádio está sempre se reinventando paralelamente a outras tecnologias – como as do telefone.

Quanto à legislação, a mais abrangente no momento é o Decreto 8.139 de 7 de novembro de 2013, cujo cumprimento promete nivelar as tecnologias de transmissão das emissoras de rádio em atividade no Brasil, preparando-as para atuação dentro do modelo de SBRD a ser escolhido.

Em processo de desativação, as emissoras AM foram responsáveis pela consolidação do rádio no País, mas estagnaram no tempo no que diz respeito a questões tecnológicas – o que trouxe perdas consideráveis, principalmente financeiras. A exclusão das Ondas Médias incorre sobre as questões socioculturais, em razão da diversidade da social e cultural brasileira.

Diante disso, a adaptação ao digital deve ser entendida de forma multidisciplinar. Com base na Teoria da Autopoiese, entende-se que o rádio brasileiro passa por transformações a partir de sua própria estrutura. Esse movimento também pode ser compreendido como uma *radiomorfose* que “se dá por vários caminhos” (PRATA, 2009, p.80).

Essa fase de convergência para o digital traz desafios e oportunidades ao meio sonoro. O processo envolve adaptações significativas do rádio, que precisou reconfigurar sua programação, modelo de negócio, ritmo, atribuições dos profissionais, relação com sua audiência, abordagem aos anunciantes, entre outras adequações.

---

<sup>45</sup> BRASIL. Portaria nº 290, de 30 março de 2010. Institui o Sistema Brasileiro de Rádio Digital. Ministério das Comunicações, Brasília, DF, 30 mar. 2010. Disponível em: <http://www.abert.org.br/web/index.php/legistecnica/item/portaria-n-290-de-30-marco-de-2010>. Acesso em 20 nov 2016.

<sup>46</sup> COLÓQUIO: O FUTURO DO RÁDIO (2011).

## 6.1 Migração e sobrevivência

Vários são os motivos que levam a uma migração: fatores naturais, econômicos, geográficos e sociais. O que há em comum entre os processos migratórios é a luta pela sobrevivência. Na perspectiva da Ecologia, Townsend (2010, p.196) compreende a migração como um movimento direcional de massa das populações, quase sempre de regiões com baixa quantidade de recursos para áreas que são mais abundantes, a fim de garantir meios de subsistência para as proles. Townsend (2010) também menciona que esses movimentos podem ter variantes como sazonalidade, clima e distância.

Essa ideia se inspira na própria natureza, em que as espécies de seres vivos migram estimuladas na luta pela vida, ora para buscar alimentos durante estações escassas, ora para procriar em locais apropriados. É preciso considerar que fatores relacionados ao próprio ambiente podem provocar a migração. Townsend (2010, p.192) defende que os movimentos migratórios proporcionam equilíbrio às populações e permitem que as espécies se reforcem por conta de uma dinâmica que envolve o deslocamento, distribuição e redistribuição espacial das densidades populacionais.

Considerando também a luta pela sobrevivência dos indivíduos sociais, Jansen (1969) define a migração como um movimento social complexo que envolve questões como demografia, economia, política, psicologia e estrutura social e sistema cultural:

A migração é um problema demográfico; influencia os tamanhos das populações na origem e no destino; é um problema econômico: a maioria das mudanças na população se deve a desequilíbrios econômicos entre as áreas; este é um problema político: isso é particularmente verdade nas migrações internacionais, onde restrições e condições se aplicam àqueles que desejam atravessar uma fronteira política; envolve a psicologia social na medida em que o migrante é envolvido num processo de tomada de decisão antes de se mudar e isso é personalidade pode desempenhar um papel importante no sucesso com o qual ele se integra na sociedade de acolhimento; é também um problema sociológico, uma vez que a estrutura social e o sistema cultural, tanto dos lugares de origem como de destino, são afetados pela migração e, por sua vez, afetam o migrante (JANSEN, 1969, p.60, *tradução nossa*).

A migração, em sentido amplo, se alterou expressivamente a partir dos avanços tecnológicos e das mudanças ambientais, políticas, econômicas e socioculturais que marcam a transição do século XXI para o século XX. Vilches (2003, p.32) corrobora, ao



afirmar que “as tecnologias da globalização pós-industrial mudam o sentido da nova migração”.

Para Santos (2001, p.23), todas as experiências atuais são resultado dos avanços da ciência que proporcionaram que as técnicas da informação servissem de elo às demais, constituindo uma presença planetária: a globalização. Os menos favorecidos pela falta de acesso às informações, nessa era virtual, vivem o apagão digital, desconectados do mundo.

Basta considerar que, a cada dia, a sociedade migra para o ciberespaço, bem como os atendimentos dos órgãos públicos. Os procedimentos bancários se tornam mais céleres por meio dos aplicativos móveis, o comércio se torna mundial em páginas e redes sociais, e tudo está ao alcance das mãos por meio dos aparatos tecnológicos.

O que antes se definia apenas por fatores geográficos, populacionais e ecológicos, hoje perpassa o campo da tecnologia, dividindo o mundo entre informados e os que estão fora da era das conexões da sociedade globalizada. Nesse contexto, a busca por um melhor entendimento dos fenômenos dessa migração tecnológica está na multidisciplinaridade.

O conceito de migração aplicado a várias ciências encaixa-se na migração tecnológica pela qual o rádio está passando. Fenômeno complexo, a migração radiofônica no Brasil envolve processos políticos, econômicos e sociais.

Retomando o conceito de Jansen (1969, p.60) sobre a migração, o local de origem do rádio pode ser definido como o sistema analógico. Seu lugar de destino é o digital (BIANCO, 2003). Resta compreender quais fenômenos impulsionaram a migração e quais serão os possíveis impactos dessa mudança. Na perspectiva ecológica (TOWNSEND, 2010), o rádio precisou migrar por uma questão de sobrevivência.

Ainda do ponto de vista da Ecologia, credita-se que o rádio esteja migrando para um ambiente mais propício ao seu desenvolvimento. Essa recente fase do rádio brasileiro revela como a convergência digital forçou os meios de comunicação tradicionais a desenvolverem estratégias mercadológicas para continuar mantendo a sua audiência, que é o que garante a existência dos meios de comunicação.

A migração é, portanto, um estágio que antecede a convergência digital. Nesse percurso, o rádio está passando por outras adaptações, porque convergência não se resume a tecnologia. Ela não vai acontecer “quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência” (JENKINS, 2009, p. 43).

As mudanças que ocorrem no rádio são decorrentes das transformações pós-modernas que revolucionaram os suportes de transmissão. Na era da convergência, os suportes analógicos estão abrindo espaço para a migração do sistema de radiodifusão para plataformas digitais.

## 6.2 Leis que antecedem a migração de AM para FM

Há um consenso entre os autores que contam a história da regulamentação da legislação da radiodifusão brasileira: tudo começou com Getúlio Vargas, que inaugurou a relação política-radiodifusão no País. Chagas (2012, p.1) lembra que Vargas presidiu o Brasil em dois períodos distintos. A primeira fase de seu governo foi de 1930 a 1945, e a segunda de 1951 a 1954.

Ciente do poder do rádio, Vargas moldou a legislação conforme os interesses de seu governo, lançando uma nova forma de fazer política. Seu primeiro ato que legitimou a legislação de radiodifusão foi o Decreto Nº 20.047<sup>47</sup>, de maio de 1931.

Ferraretto (2007) afirma que antes de 1931 as emissoras se baseavam na legislação da telefonia e da telegrafia sem fios. O novo decreto passou, então, a regular a radiocomunicação no território nacional, determinando as condições para a outorga das concessões e definindo as características técnicas a serem adotadas pelas emissoras.

Getúlio Vargas passou, então, a exercer controle sobre a radiodifusão sonora. “Com a instituição dos dispositivos de fiscalização técnica, distribuição de frequências e concessões, criou-se um sistema indireto de cerceamento à disseminação de emissoras e fixação das estações” (FEDERICO, 1982, p.52).

O Decreto Nº 20.047 foi regulamentado pelo Decreto 21.111<sup>48</sup> de março de 1932, que ficou conhecido por prever a publicidade na radiodifusão. A partir dessa

---

<sup>47</sup> BRASIL. Decreto 20.047, de 27 de maio de 1931. **Regula a execução dos serviços de radiocomunicações no território nacional.** Diário do Oficial da República Federativa do Brasil, Rio de Janeiro, 27 mai. 1931. Disponível em: < <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20047-27-maio-1931-519074-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 12 nov. 2016.

<sup>48</sup> BRASIL. Decreto nº 21.111, 1º de março de 1932. **Aprova o regulamento para a execução dos serviços de radiocomunicação no território nacional.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Rio de Janeiro, 1º mar. 1932. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1-marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html>>. Acesso em: 12 nov. 2016.

regulamentação, a publicidade passa a ocupar 10% da programação total das emissoras, o que abriu caminho para a chamada Era de Ouro do Rádio no Brasil, com o investimento gradual das empresas em publicidade.

Com a possibilidade dos comerciais ocuparem 10% das transmissões, são captados os recursos que, lucro à parte, podem ser reinvestidos em uma programação para garantir a audiência responsável, em um ciclo se possível interminável do ponto de vista do capitalista, pela atração dos anunciantes (FERRARETO, 2007, p. 102).

O Decreto Nº 21.111 também tornou obrigatória a veiculação simultânea, em todas as rádios, de um programa nacional a ser realizado pelo Serviço de Publicidade da Imprensa Nacional. Mais tarde, esse programa noticioso levaria à criação do programa Hora do Brasil, que era “transmitido em rede nacional, de segunda a sexta, das 18h45 às 19h30” (FERRARETO, 2007, p. 102). Em 1946, a Hora do Brasil passa a se chamar Voz do Brasil.

Franco (2016, p.136) recorda que até 1962, os decretos Nº 20.047 e Nº 21.111 regulamentaram as autorizações do serviço de radiodifusão no Brasil. No seu segundo governo, Vargas assinou o Decreto Nº 29.783<sup>49</sup>, de 19 de julho de 1951, que alterou alguns dispositivos do Decreto Nº 21.111, e estabeleceu normas para os serviços de radiodifusão no Brasil – entre elas, a definição do prazo de dez anos para as concessões, que poderiam ser renovadas, mas seriam revistas pelo governo a cada três anos, podendo ser cassadas.

Chagas (2012 p.54) reforça que, além do Decreto 20.047, até 2011, outros três eventos marcam a institucionalização da radiodifusão no Brasil: a promulgação da Lei Nº 4.117<sup>50</sup>, de 1962; a Constituição Federal de 1988 e a publicação da Lei Geral das Telecomunicações em 1997. A essa afirmação acrescenta-se a criação do Ministério das Comunicações, hoje Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC).

---

<sup>49</sup> BRASIL. Decreto nº 29.783, de 19 de julho de 1951. **Altera alguns dispositivos do regulamento aprovado pelo Decreto número 21.111, de 1º de março de 1932, e estabelece novas normas para a execução dos serviços de radiodifusão e radiocomunicação em território nacional, complementares das estipuladas naquele regulamento.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 19 jul. 1951. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1950-1959/decreto-29783-19-julho-1951-337396-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 16 set. 2017.

<sup>50</sup> BRASIL. Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962. **Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 27 dez. 1962. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L4117.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4117.htm)>. Acesso em: 13 de dez. 2016.

Nascido em 1967 junto com a reforma administrativa, implantada pelo Decreto Nº 200<sup>51</sup> de 25 de fevereiro, o ministério incorporou o então Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel) – já extinto –, o Departamento Nacional de Telecomunicações (Dentel), cuja finalidade era fiscalizar a programação das emissoras radiodifusoras, e o Departamento dos Correios e Telégrafos.

Antes da criação do Ministério, mais particularmente, antes de 1950, as telecomunicações sofriam toda sorte de indefinições: técnicas e econômicas, de doutrinas e metas, ausência de planejamento globalizado, fragmentação do poder sobre concessões pelos municípios, Estados e territórios, o que não permitia a integração ou padronização de equipamentos e serviços (FEDERICO, 1982, p. 103).

O Contel foi criado a partir da assinatura do Decreto Nº 50.666<sup>52</sup>, de 30 de maio de 1961. O conselho tinha – entre outros objetivos – rever, coordenar e propor legislação sobre Telecomunicações e seus órgãos de planejamento, execução e controle. Federico (1982, p. 103) explica que, em 1972, o Contel deu lugar ao Conselho Nacional de Comunicações (CNC), cuja função é assessorar o Ministro das Comunicações.

A Lei Nº 4.117, de 27 de agosto, sancionada em 1962 por João Goulart, instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT). O CTB consolidou o modelo de regulação da radiodifusão no Brasil, reforçou a lógica de exploração privada por meio de autorizações do Estado. Também avançou na definição de regras para as telecomunicações, com a criação do Sistema Telebras.

João Goulart sancionou a lei com 52 vetos, que foram derrubados pelo Congresso Nacional. Valente (2013, p.37) afirma que esse fato está relacionado ao poder do empresariado, que a partir da decisão do Congresso teve força necessária para dar origem à Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert).

---

<sup>51</sup> BRASIL. Decreto nº 200, de 25 de fevereiro de 1967. Dispõe sobre a organização da Administração Federal, estabelece diretrizes para a Reforma Administrativa e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 25 fev. 1967. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del0200.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0200.htm) >. Acesso em: 16 set. 2017.

<sup>52</sup> BRASIL. Decreto nº 50.666, de 30 de maio de 1961. **Cria o conselho de Telecomunicações e dá outras providências.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 30 mai. 1961. Disponível em: < <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-50666-30-maio-1961-390252-publicacaooriginal-1-pe.html> >. Acesso em: 16 set. 2017.

Chagas (2012, p.54) relata que o CTB também disciplinou os procedimentos de outorgas, ao instituir a exigência de edital. Com isso, o Código estabeleceu que os prazos de concessões e permissões sejam de dez anos para o serviço de rádio e 15 anos para a exploração do serviço de TV. Lembra, ainda, que até a Constituição Federal do Brasil, promulgada em 5 de outubro de 1988, a outorga de autorização/concessão era de competência exclusiva da União. A partir da CF, esse poder de decisão passou a ser compartilhado com o Congresso Nacional.

Em 1997, foi criada a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) por meio da Lei Geral das Telecomunicações<sup>53</sup>. Scorsim (2016, p.164) reforça que a Anatel está vinculada ao Ministério das Comunicações, para a qual o Ministério passou a competência fiscalizatória por meio da Portaria Nº. 958/2014. Assim, cabe à agência fiscalizar se o conteúdo veiculado ou transmitido pelas emissoras obedece à legislação no que diz respeito à publicidade comercial, propaganda política, entre outros.

Foi a Anatel que regulamentou o serviço de Amplitude Modulada em Onda Média, na faixa de frequências de 525 a 1705 kHz, e em Onda Tropical, na faixa de frequências de 2300 a 2495 kHz (120 metros), por meio da Resolução Nº 116<sup>54</sup> de 25 de março de 1999.

Com adaptações no texto, o regulamento aplicou ao AM os mesmos critérios estabelecidos ao modelo FM, no que diz respeito aos objetivos do sistema: propiciar aos ouvintes um serviço de boa qualidade; evitar interferências objetáveis sobre serviços de telecomunicações regularmente autorizados; reduzir os riscos de danos físicos às pessoas e estabelecer requisitos mínimos para os equipamentos utilizados em radiodifusão sonora em onda média e em onda tropical – 120 metros.

---

<sup>53</sup> BRASIL. Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997. Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 16 jul. 1997. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9472.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9472.htm). Acesso em 20 set 2017.

<sup>54</sup> BRASIL. Resolução nº 116, de 25 de março de 1999. **Aprova o Regulamento Técnico para a Prestação do Serviço de Radiodifusão Sonora em Onda Média e em Onda Tropical (faixa de 120 metros)**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 26 mar. 1999. Disponível em: <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=203&data=26/03/1999>. Acesso em 25 out. 2017.

Já a regulamentação técnica das emissoras de Frequência Modulada se deu por meio da Resolução Nº 67<sup>55</sup> de 12 de novembro de 1998. O regulamento surgiu para disciplinar a utilização da faixa de 87,8 MHz a 108 MHz. Com isso, a Anatel buscou estabelecer critérios para a utilização do sistema FM, com o objetivo de: propiciar aos ouvintes melhor serviço, com boa qualidade de reprodução e recepção mais confortável; evitar interferências objetáveis sobre serviços de telecomunicações regularmente autorizados; reduzir os riscos de danos físicos às pessoas e estabelecer requisitos mínimos para os equipamentos utilizados em radiodifusão sonora em Frequência Modulada.

Embora o primeiro objetivo estabelecido pela Anatel para o AM seja propiciar aos ouvintes um serviço de boa qualidade, a tecnologia de Amplitude Modulada não permite que as emissoras ofereçam qualidade sonora. As estações também não podem ser acessadas em plataformas móveis, como smartphones, tablets e computadores.

Historicamente, as emissoras brasileiras de Amplitude Modulada contribuíram para desenvolvimento do rádio nacional. Elas consolidaram o rádio como um dos meios de comunicação mais populares do Brasil. No Amazonas, tiveram grande participação na comunicação entre a população, devido às peculiaridades geográficas, considerando que o Estado tem dimensões continentais distribuídas em um território de 1.559.146,876 Km<sup>2</sup>, sendo composto por 62 municípios, em sua maioria banhados pelo Rio Amazonas e seus afluentes.

Nos anos 1970, o surgimento das rádios de Frequência Modulada permitiu mais qualidade técnica para o rádio, e a programação se modernizou com programas dinâmicos voltados à informação, entretenimento e serviços. Outros elementos como segmentação e, posteriormente, a possibilidade de estabelecimento de padrões por meio das redes radiofônicas, foram impulsionados por conta das novas possibilidades técnicas do momento.

Diante da globalização e do boom digital, o sistema AM se mostra frágil, reforçando a necessidade de modernização do rádio no País. Sem a definição do SBRD, o caminho mais curto para a atualização é a migração para FM. Esse cenário motivou a publicação

---

<sup>55</sup> BRASIL. Resolução nº 67, de 12 de novembro de 1998. **Aprova o Regulamento Técnico para Emissoras de Radiodifusão Sonora em Frequência Modulada.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 12 nov. 1998. Disponível em: <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=28&data=13/11/1998>. Acesso em 25 out. 2017.

do Decreto de Lei Nº 8.139 de 7 de novembro de 2013 – assinado pela então presidente do Brasil, Dilma Rouseff.

Apesar do decreto ter sido assinado em 2013, o Diário Oficial da União (DOU) publicou o primeiro processo de migração somente no dia 18 de setembro de 2015. De acordo com o Ministério das Comunicações, o processo era da rádio Pereira Barreto, de São Paulo. No entanto, a primeira emissora de origem AM que passou a operar em FM foi a Rádio Progresso, de Juazeiro do Norte, no Estado do Ceará.

A transmissão inaugural ocorreu no dia 18 de março de 2016, com a presença do então ministro das Comunicações, André Figueiredo. Naquela data, o Ministério das Comunicações contabilizava 1.781 emissoras operando em AM, sendo que um total de 1.386 rádios havia solicitado a migração.

Até agosto de 2017, o número de rádios migradas no Brasil chegava a 533. O Decreto Nº 8.139 atua como regulador de todas as medidas, para que a transição se dê de acordo com o que se espera da migração de AM para FM, no que diz respeito à qualidade técnica e operacional das emissoras.

### **6.3 A migração de AM para FM no Brasil**

Historicamente, as concessões de rádio e TV estão atreladas a burocracias jurídicas e técnicas, além de questões políticas e econômicas. A partir do Decreto Nº 8.139 de 7 de novembro de 2013, o governo passou a viabilizar o processo de troca de outorgas, desenvolvendo até mutirões para alcançar as metas estipuladas, desenhando, assim, um novo cenário para a Radiodifusão Sonora Brasileira.

Cerca de 80% das emissoras do Brasil pressionaram o Governo Federal para que este promovesse a modernização do rádio OM, inviável financeiramente pela falta de qualidade e de condições técnicas necessárias diante do que se espera em tempos de convergência tecnológica. Atualmente, a migração já foi concluída para 533 das 1.386 emissoras radiofônicas brasileiras que solicitaram a mudança. Esse processo é constituído por etapas com regras e procedimentos, e dividido em dois lotes que agrupam as emissoras, de acordo com a disponibilidade das faixas (ANATEL, 2017).

A Anatel definiu a viabilidade técnica por meio da análise dos *dials* de todas as cidades brasileiras. Foi nessa fase que se detectou a falta de espectro suficiente em algumas metrópoles, o que levou à criação da faixa estendida. A atual faixa de FM da TV analógica é de 76 MHz a 88 MHz. Já a do rádio FM, é de 87.9 MHz a 107.9 MHz.

Com a faixa estendida, o *dial* passará a dispor do espaço que vai de 76 MHz até 107.9 MHz. Porém, essa medida depende do desligamento do sinal analógico de TV, que ocorrerá gradativamente, de acordo com a Portaria N° 2.992<sup>56</sup>, do Ministério das Comunicações, por meio de cronograma dividido entre municípios, no período de 2017 a 2023.

O primeiro lote da migração é constituído por 954 rádios que solicitaram a mudança. São emissoras situadas em municípios que não precisarão utilizar o *dial* estendido. Já o segundo lote, conhecido também como lote residual, é composto por 438 emissoras, dentre elas, as que estão situadas em municípios que precisarão utilizar o *dial* estendido ou que não cumpriram prazos estipulados pelo Ministério das Comunicações.

Além da demora para ter acesso ao espectro da TV analógica, a faixa estendida poderá apresentar transtorno técnico, já que a maioria dos tradicionais receptores de rádio conta apenas com os *dials* tradicionais da FM, abrindo espaço para que o público procure acesso à programação via computadores e smartphones. Esses detalhes poderão afetar o processo de migração das empresas que deixaram suas solicitações para a fase final.

---

<sup>56</sup> BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. Portaria nº2.992 de 26 de maio de 2017. **Estabelece o cronograma de transição da transmissão analógica dos serviços de radiodifusão de sons e imagens e de retransmissão de televisão para o SBTVD-T.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, 26 de maio de 2017. Disponível em: <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=29/05/2017&jornal=1&pagina=13&totalArquivos=132>. Acesso em 25 out 2017.



## 6.4 As etapas para a migração de modulação

O processo de migração foi organizado em etapas com base nas orientações descritas no Decreto Nº 8.139. Primeiramente, o Ministério das Comunicações promoveu sessões públicas nos Estados do País, via representação da Anatel com o apoio da Abert. No encontro, foi apresentada a proposta da migração aos radiodifusores, com exposição de informações que pudessem embasar a decisão deles quanto à mudança de modulação. Ainda nessa etapa, os empresários puderam solicitar a migração por meio do preenchimento de um formulário, documento necessário para que o governo providencie a emissão de um termo aditivo ao contrato da outorga já existente. Na ocasião, os radiodifusores também precisavam entregar a documentação exigida.

O processo segue com a inserção das emissoras candidatas à migração no plano básico de canais da Anatel. Após análise prévia e deferimento do pedido, as empresas são habilitadas a fazer o pagamento do boleto<sup>57</sup> para a troca de outorga de OM para FM. O boleto tem parcela única com o valor total e deve ser pago em no prazo de até 120 dias do deferimento. Somente depois do pagamento, o Ministério das Comunicações emite o ato de autorização para a migração de modulação.

Na sequência, as emissoras submetem os projetos técnicos de infraestrutura, compostos por descrições de equipamentos e dados técnicos, para a instalação. Somente depois da análise e aprovação da documentação técnica e jurídica das proponentes, é concedida a permissão para o uso da radiofrequência. A fase final do processo é a assinatura dos contratos com a União, em Brasília, pelos representantes legais das emissoras, que também pagam uma taxa de mudança da outorga.

Art. 3º O deferimento do requerimento a que se refere o § 1º do art. 2º ficará condicionado à comprovação de: I - regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da entidade, ou outra equivalente, na forma da lei, inclusive no que concerne ao Fundo de Fiscalização das Telecomunicações - Fistel; II - regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei; III - inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho,

---

<sup>57</sup> ANATEL. Relação de protocolos dos pedidos de adaptação de outorgas do serviço de radiodifusão sonora em onda média. Disponível em: <https://tudoradio.com/projetos/listamigracao.pdf>. Acesso em 16 set 2017.

aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943; e IV - viabilidade técnica para execução do serviço em frequência modulada (BRASIL. Decreto 8.139, 2013, art. 3).

De posse da nova outorga, as emissoras do primeiro lote podem transmitir em *simulcasting*<sup>58</sup> por 60 dias. As emissoras do segundo lote poderão transmitir por cinco anos. Este período será utilizado para habituar o público à mudança. Já as emissoras que decidirem não migrar a modulação, poderão transmitir em OM até o fim da vigência da outorga atual. A estas emissoras será dada a opção de migrarem para as Ondas Tropicais ou Ondas Curtas, já que o decreto de migração prevê “a extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias” (BRASIL. Decreto 8.139, 2013, art. 1º).

Uma decisão da EBC que atinge todas as emissoras públicas do País pode impedir a migração dessas rádios. No dia 30 de setembro de 2015, 64 pessoas, entre professores e pesquisadores, que fazem parte do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) enviaram manifesto<sup>59</sup> à presidente Dilma Rousseff, ao ministro das Comunicações, Ricardo Berzoini, e ao presidente da EBC, Américo Martins, solicitando uma política que assegure a migração das emissoras públicas das ondas médias para o FM.

Pelo exposto, reivindicamos à EBC que reconsidere sua decisão de não solicitar a migração de suas emissoras. Ao governo federal, em especial ao Ministério das Comunicações, solicitamos uma política de incentivo à migração do AM para FM destinada exclusivamente a emissoras educativas, inclusive com reabertura de prazos para que aquelas ainda com dúvidas possam ser mais bem assessoradas na definição e, assim, efetuem o pedido (*Expressão verbal*).

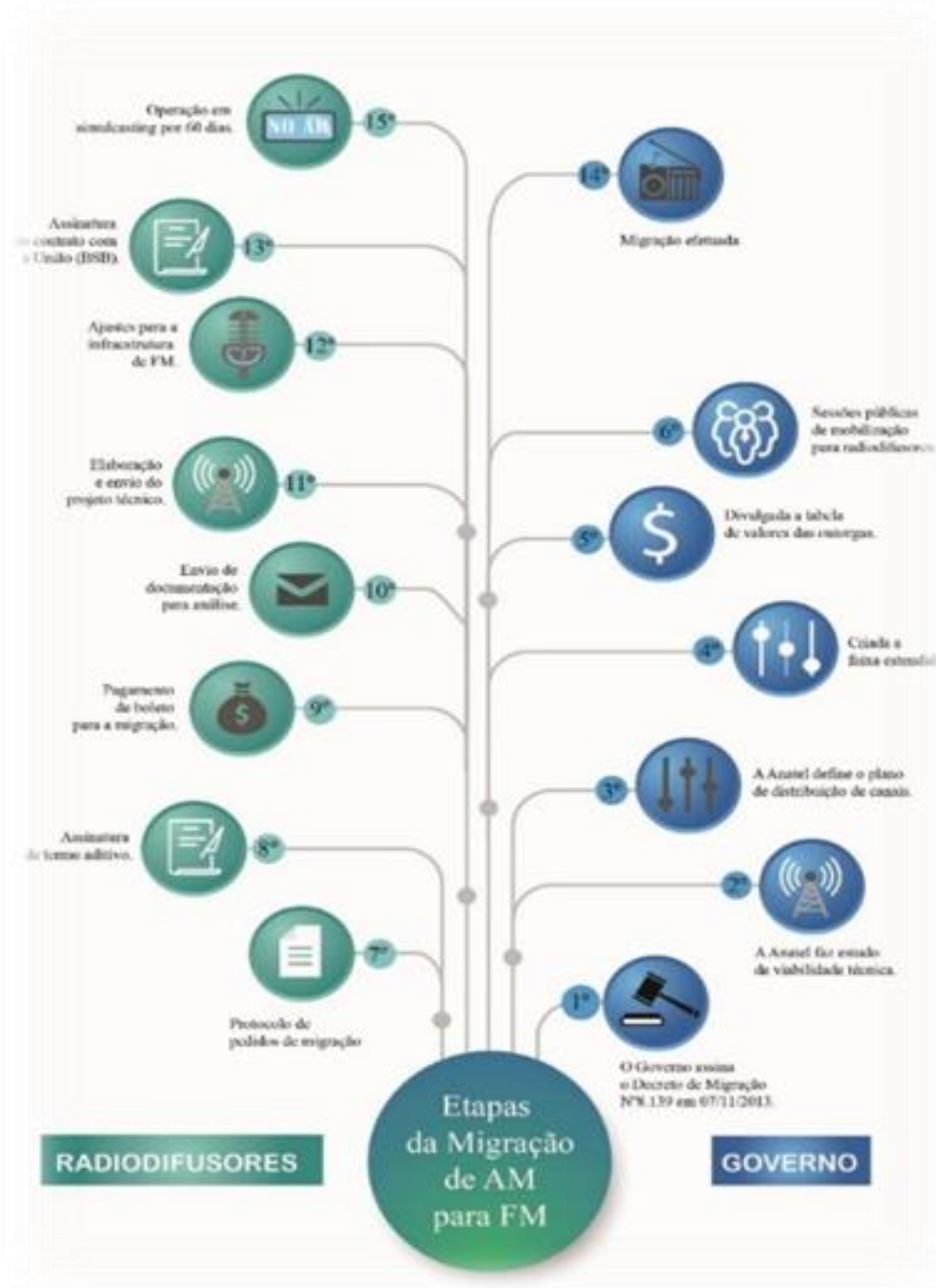
Muitas emissoras já vêm se estendendo à internet, em decorrência do alcance, do baixo investimento e do próprio cenário de convergência. Com a possibilidade da migração, as rádios passam a contar com os recursos dos dispositivos móveis que trazem ferramentas de interatividade e podem fornecer dados de mensuração da audiência. Sem dúvida, a medida dá início a uma nova fase para os radiodifusores do Brasil. Um dos maiores benefícios é a utilização da tecnologia digital para ganhar novos públicos.

---

<sup>58</sup> Simulcasting é a transmissão simultânea em AM e FM para a adaptação da audiência AM em relação à transmissão em FM (ANATEL, 2017).

<sup>59</sup> Carta aberta dos Pesquisadores de Rádio e Mídia Sonora do Brasil. Disponível em: <https://blog.ufba.br/portaldoradio/gp-radio-e-midia-sonora/documentos/manifesto-de-pesquisadores-de-radio-em-apoio-a-migracao-das-emissoras-publicas-para-a-frequencia-modulada/>. Acesso em 08 out 2017.

Figura 11: Fluxograma do Processo de Migração AM /FM



Fonte: ANATEL, 2017

#### 6.4.1 Definições das outorgas para a migração

O serviço de radiodifusão é um benefício público dos cidadãos brasileiros. As diversas regulamentações civis visam estabelecer critérios para sistematizar a operação desse serviço, bem como fiscalizar se este está sendo ofertado como se deve. As emissoras de rádio oferecem o serviço por meio da concessão de uma outorga, podendo perdê-la em caso do não cumprimento das regras estipuladas para isso.

Uma empresa com a concessão do serviço público, apresenta como objetivo primordial a satisfação das necessidades da população que abrange, colocando sempre à frente a eficácia em detrimento da eficiência. Em sectores como a comunicação, onde o nível de adesão dos consumidores gera a massa de audiência vital para a sobrevivência do projeto em curso, atraindo potenciais clientes para os produtos que são anunciados, vem por vezes originar situações onde o produto radiofônico apresentado nem sempre corresponde aos níveis de qualidade pretendidos (LEITE, 2010, p.34).

A Constituição Federal de 1988 concedeu aos parlamentares o poder de definição das outorgas de radiodifusão, ficando o Congresso Nacional à frente do processo de seleção, que é submetido à sanção da Presidência da República. De acordo com o Artigo 49 do regulamento, é da competência exclusiva do Congresso Nacional “apreciar os atos de concessão e renovação de concessão de emissoras de rádio e televisão” (BRASIL. Constituição, 1988).

Antes do decreto de migração, o excesso de burocracia desanimava representantes legais de pequenas rádios, comunidades e instituições de ensino. No processo normal, para conseguir a aprovação de mudança da outorga AM para FM, o radiodifusor precisa aguardar a publicação em edital e, sobretudo, contar com a benevolência do Congresso Nacional, como dispõe o Artigo 223 da Constituição de 1988:

Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal. § 1º O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, § 2º e § 4º, a contar do

recebimento da mensagem. § 2º A não renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal. § 3º O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores. § 4º O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial. § 5º O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão (BRASIL. Constituição, 1988).

O decreto de migração estabeleceu que a mudança de outorga seja acompanhada pelo Ministério das Comunicações e Anatel, desburocratizando o processo. Para a migração, foi criada uma tabela com indicadores econômicos das cidades brasileiras<sup>60</sup>, que leva em consideração as particularidades dos municípios.

O Ministério das Comunicações estipulou que o valor das outorgas<sup>61</sup> tomaria como base questões econômicas relacionadas às localidades nas quais estão sediadas as emissoras que solicitaram migração. Entre os índices econômicos, estão: Produto Interno Bruto (PIB), Índice Nacional de Preços ao Consumidor (IPC) e Indicador de Desenvolvimento Humano – Renda (IDH-R). A outorga também é liberada de acordo com as características técnicas das emissoras, considerando fatores como classe de operação e potência (ANATEL, 2017).

Em Manaus, os valores das outorgas das emissoras migradas ficaram na média de R\$ 400 mil. Na capital, entre as rádios que já migraram, o maior valor foi de aproximadamente R\$ 2 milhões. Para fazer um comparativo, emissoras sediadas na grande São Paulo (SP)<sup>62</sup> pagarão cerca de R\$ 4 milhões para fazer a mudança da modulação.

---

<sup>60</sup>ANATEL. Tabela de Categorias dos Municípios. Disponível em: <https://tudoradio.com/projetos/redacao/municipioporcategoria.pdf>. Acesso em 16 set 2017.

<sup>61</sup>ANATEL. Tabela de Valores para a Migração AM/FM Em R\$. Disponível em: <https://tudoradio.com/projetos/redacao/tabeladeprecos.pdf>. Acesso em 16 set 2017.

<sup>62</sup> IBGE. Panorama de São Paulo (SP). Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-paulo/panorama>. Acesso em 02 out 2017.

**Figura 12 – Infográfico de como os brasileiros ouvem rádio**



Fonte: PBM, 2016

Após a finalização de todo o processo de migração, a emissora migrada deve devolver à União a outorga de OM. A outorga repassa ao concessionário o direito de uso do canal, não podendo haver negociação, visto que continua sendo exclusividade da União, apenas concedida em nome da sociedade civil. Porém, a União abre precedentes quando se trata da transferência da outorga de um titular para outro ou de cotas e ações de determinadas sociedades.

A internet possibilitou que pequenos e médios empreendedores invistam em modelos radiofônicos na web. Na plataforma, além das mídias<sup>63</sup> digitais (webtv's, webrádios e blogs), que têm menor custo para produção e veiculação, os empresários e

<sup>63</sup> Mídias Sociais é uma noção um pouco mais ampla e se relaciona à produção de conteúdos de forma descentralizada, sem o controle editorial de um grupo ou grupos de comunicação (SCHWINGEL, 2012, p.105).

instituições contam com as redes sociais<sup>64</sup>. Esse modelo democratizou a atuação de radiodifusores que não têm concessão de outorgas para atuação no *dial*.

## 6.5 Primeiros ecos da migração

Em 2017, as primeiras emissoras brasileiras que migraram completam um ano de experiência no sistema FM, com resultados positivos. Indo de encontro ao que se conhece sobre o alcance do AM e do FM, a Abert<sup>65</sup> divulgou que algumas emissoras que migraram estão apresentando maior alcance do que se esperava, após a mudança da modulação.

Entre as emissoras que apresentaram esse desempenho estão: Nova FM (SC), Jovem Pan News FM (Barretos/SP) e Transamérica Hits (Aurifloma/SP). Isso pode estar relacionado com a sensibilidade média dos receptores FM, especialmente nos automóveis. Além do mais, a fim de potencializar a emissão das ondas hertzianas, emissoras que migraram buscaram lugares altos para a instalação das novas torres.

No Amazonas, a Rádio Educação Rural de Tefé também registrou a melhora do alcance da emissora em municípios vizinhos. No caso dessa rádio, o resultado refletiu diretamente no interesse dos anunciantes. Ainda no Estado, as emissoras que migraram registraram aumento de até 40% do faturamento após a mudança para o FM.

A reestruturação das emissoras com vistas a atender as exigências do decreto de migração também contribuiu com o reposicionamento da marca das rádios junto à audiência e aos anunciantes. Isso deve-se à modernização dos estúdios, padronização da programação, melhora da qualidade do som e dos programas, investimentos nas equipes de profissionais que passaram a atuar ao microfone, entre outros fatores.

A migração das emissoras também tem prospectado investimentos na produção de smartphones com dispositivo FM. Inclusive, tramita na Câmara dos Deputados o Projeto

---

<sup>64</sup> Redes Sociais na internet são um avanço das antigas comunidades virtuais, ou seja, caracterizam-se por pessoas interagindo em determinada ambiência, com interesses comuns, compartilhando objetivos, ações, ideias (SCHWINGEL, 2012, p.105).

<sup>65</sup> ABERT. Especial: Migrantes AM-FM ampliam a sua cobertura após estreia no dial FM. Disponível em: <http://www.abert.org.br/web/index.php/clippingmenu/item/25421-especial-migrantes-am-fm-ampliam-a-sua-cobertura-apos-estreia-no-dial-fm>. Acesso em 16 out 2017.

de Lei Nº 8.438/2017<sup>66</sup>, que “dispõe sobre o aparelho de telefonia celular com capacidade de recepção de sinais de radiodifusão sonora em Frequência Modulada – FM”.

Há perspectivas de que o rádio migrado impulse o consumo do smartphone, que pode vir a ser uma das principais plataformas de acesso ao conteúdo radiofônico, devido à mobilidade. Isso porque “os celulares se tornaram fundamentais no processo de convergência das mídias” (JENKINS, 2009, p. 31).

Mesmo que o processo de migração ainda esteja em andamento, é possível verificar que essa modernização está reordenando o ecossistema da Radiodifusão Sonora Brasileira por meio de uma complexidade que envolve a reinvenção das emissoras, dos modelos de negócio, das formas de interagir com o público e de se planejar para o futuro. Nota-se que as medidas adotadas no processo de migração têm melhorado a imagem institucional das emissoras junto ao público e aos anunciantes.

---

<sup>66</sup> CÂMARA DOS DEPUTADOS. Projeto de Lei Nº8438/2017. Disponível em <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2149923>. Acesso em 28 nov 2017.



## PARTE IV: O RÁDIO E A MIGRAÇÃO

“Todos os meios agem sobre os homens de modo total. Eles são tão penetrantes que suas consequências pessoais, políticas, estéticas, psicológicas, morais, éticas e sociais não deixam qualquer fração de nós mesmos atingida, intocada ou inalterada, O meio é a “massa-gem”. Toda compreensão das mudanças sociais e culturais é impossível sem o conhecimento do modo de atuar dos meios como meio ambiente.”

Marshall McLuhan & Quentin Fiore

## **CAPÍTULO 7: REFLEXÕES SOBRE O RÁDIO AUTOPOIÉTICO E A MIGRAÇÃO**

O rádio enquanto meio tecnológico surgiu a partir dos estudos da física, que desafiavam o tempo e o espaço a fim de realizar a transmissão de sons a distância, sem o auxílio de fios, em meados do século XVIII. No decorrer do desenvolvimento da tecnologia que mudaria a forma de comunicação do mundo, outros inventos foram primordiais para se chegar à radiodifusão sonora, entre eles, a descoberta das ondas eletromagnéticas, a invenção da eletricidade, o telégrafo, o telefone e o telégrafo sem fio.

Divergências envolvem as discussões sobre o real inventor do rádio. O italiano Guglielmo Marconi (1874-1937), inventor e empresário, patenteou a invenção. No entanto, o padre e cientista brasileiro Roberto Landell de Moura (1861-1928) e o cientista austro-húngaro Nikola Tesla (1856- 1943), considerado cidadão americano, também são reconhecidos como inventores do rádio por alguns historiadores e biógrafos.

No início do século XX, cerca de dois anos após o fim da I Guerra Mundial (1914-1918), em uma experiência caseira, o americano Frank Conrad adaptou as transmissões de rádio, do modo bidirecional para o modo unidirecional de alcance massivo, obtendo resultados surpreendentes para a época, dando início a conceitos relacionados à radiodifusão: estação, público, programas, programação e anúncios (FERRARETTO, 2007, p.89).

Conrad montou um estúdio em sua garagem, substituiu o fonógrafo por um microfone, passou a emitir programações musicais para ouvintes que recebiam os sinais por aparelhos de galena e pediam músicas. Quando este não tinha as músicas solicitadas pelos ouvintes, emprestava discos de uma loja e mencionava que esta os vendia. Após a divulgação, estes produtos tornavam-se os mais vendidos (FERRARETTO, 2007, p.89).

Apesar das primeiras experiências de transmissões radiofônicas terem ocorrido entre 1919 e 1920, o rádio começou a se revelar como um negócio promissor a partir de 1922, tanto para as empresas de eletroeletrônicos quanto para os donos das emissoras de rádio e redes radiofônicas que emergiam nos Estados Unidos. A partir daí, o rádio teve

seu ápice na cultura de massa, exercendo grande influência no comportamento americano por meio da cultura do consumo, estabelecendo o *American Way of Life*.

Nos Estados Unidos, o sucesso do rádio foi imediato, produzindo uma verdadeira explosão no setor. Em outubro de 1921, foram registradas 12 (doze) novas emissoras; em novembro, mais 9 (nove); em dezembro, mais 9 (nove). Em janeiro de 1922, 26 (vinte e seis) novas emissoras estavam no ar. Ao final do ano de 1924, os Estados Unidos já contavam com 530 (quinhentas e trinta) emissoras de rádio. As empresas americanas de equipamentos e de aparelhos de rádio, logo iniciaram o processo de expansão para outros países, mas em nenhum outro lugar foram registrados índices de crescimento no setor similares aos dos Estados Unidos (AZEVEDO, 2002, p.47).

Nesse contexto, sob a influência dos Estados Unidos, em 1923, o Brasil passou a ter transmissões regulares por meio da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, com base no modelo de transmissão *broadcast* americano, apresentado ao público brasileiro na exposição que comemorava o Centenário da Independência do País, em setembro de 1922. E somente em 1925, as transmissões radiofônicas tiveram início na Europa, na Austrália, no Japão e na Argentina (FERRARETTO, 2007, p.91-92).

O rádio brasileiro expandiu-se a partir da Academia Brasileira de Ciência, por meio da ideologia de informar para educar, do cientista Edgard Roquette-Pinto (1884-1954), com programação clássica e erudita. Mas apesar da grande resistência e influência dos intelectuais precursores, o rádio se consolidou somente com a popularização da música e de artistas brasileiros, se fortalecendo após a regulamentação da publicidade, por meio do Decreto Nº 21.111 de 1º de março de 1932, que permitiu a profissionalização e a constituição do modelo de negócio.

Após a fase de estruturação, o rádio teve seu apogeu no Brasil entre os anos 1940 e 1950, se tornando um dos mais queridos meios de comunicação da população, impulsionando a indústria cultural, dentro da política da integração nacional de Getúlio Vargas (1882-1954). Basta comparar o número de emissoras: no ano de 1933, operavam 5 emissoras; já em 1948, eram 49 em todo o território nacional. Um fato interessante é que, nessa época, algumas emissoras já transmitiam em mais de uma estação, o que amplificava a audiência.

Considera-se como período “áureo do rádio brasileiro” aquele concentrado entre 1945 e os últimos anos da década de 50. É importante ressaltar que a expressão “áureo” está relacionada a um conjunto de elementos da época, não significa que o rádio daquele período possuísse mais ouvintes do que o de hoje, até mesmo porque

tal fato seria estatisticamente impossível, pois a população brasileira atual é numericamente superior à da época e o número de aparelhos produzidos se multiplicava velozmente (principalmente pelo fenômeno dos aparelhos portáteis de uso individual). Nos anos 1940 e 1950, o rádio passou a possuir um glamour, formava um ambiente todo especial (AZEVEDO, 2002, p.80).

Somente após a implantação da televisão, em 1950, capitaneada por Assis Chateaubriand (1892-1968), o rádio começou a sentir as ameaças advindas com o novo meio. De fato, a televisão conquistou a atenção do público brasileiro, mas só se consolidou a partir dos anos 1960, quando conseguiu estabelecer sua programação e captar patrocinadores para melhorar a qualidade dos programas.

Muitos dos artistas, profissionais da técnica, jornalistas e anunciantes migraram do rádio para a TV, o que gerou uma crise no rádio espetáculo, por conta da falta de investimentos. Diante dos impactos, os donos de emissoras e profissionais buscaram novos mecanismos para reestruturar o rádio.

Assim como a tecnologia proporcionou o desenvolvimento do rádio como meio de comunicação, ela também foi fundamental para trazer novas possibilidades ao rádio como negócio da comunicação no Brasil. Com a introdução do transistor ao aparelho receptor nos anos 1960, o rádio ganhou mobilidade, resultando na criação de uma programação mais dinâmica e voltada à informação em tempo real, com programas jornalísticos, a cobertura de jogos esportivos e a criação de programas musicais.

Dessa forma, o rádio foi retomando o seu lugar no gosto do público e mantendo a audiência com o passar do tempo. Outra novidade que melhorou significativamente a qualidade do som, foi a expansão da Frequência Modulada no Brasil, nos anos 1970. A nova tecnologia deixava o som mais audível e permitiu maior dinâmica na programação por meio de programas de entretenimento, de prestação de serviços e informativos. Em grande parte do País, as emissoras de Amplitude Modulada tinham uma programação mais jornalística e voltada às áreas rurais, devido ao seu alcance.

O rádio brasileiro passou por uma nova revolução com a chegada da internet, no início dos anos 2000. O meio, que tinha por essência a sonoridade, passou a contar com imagens e texto e seu alcance se tornou mundial por meio da grande rede de computadores.

As emissoras que já buscavam audiência transmitindo em AM e FM, passaram também a criar suas páginas na internet para conquistar novos públicos. Um novo

experimentalismo passou a fazer parte das transformações do rádio: as webrádios, que estão dispostas exclusivamente na internet.

A presença na web permitiu que o rádio brasileiro iniciasse seu processo de convergência digital, apesar de a tecnologia de rádio digital estar em vasta expansão há mais de 20 anos em alguns países. Esse modelo, que ainda não se concretizou no País, é transmitido por sistemas digitais que se apropriam definitivamente da linguagem em bits e bytes.

É mais uma forma de o meio sonoro interagir com outros meios, ganhar as multiplataformas, agregar novos recursos midiáticos e adotar estratégias, usando a inteligência digital para direcionar seus esforços à conquista de novas audiências inseridas no ambiente de convergência.

Observando a trajetória do rádio brasileiro dentro da perspectiva dos Ecossistemas Comunicacionais, entende-se o rádio como um sistema vivo buscando a sobrevivência a partir de tensões criadas no decorrer de sua história, como o surgimento de novas mídias. Fidler (1997, p.23) explica essas transformações em uma perspectiva evolucionista, afirmando que a evolução dos meios de comunicação acontece de forma natural, como espécies que vão passando por mutações e fazendo que surjam novas espécies.

Fidler (1997, p.23) define esse fenômeno como Midiamorfose, confirmando a ideia de que uma mídia não precisa morrer para que surja uma nova. Por esse ponto de vista, acredita-se que os meios de comunicação tradicionais inspiram a criação de novos meios, mais adaptados à realidade do momento em que se vive:

Midiamorfose não é tanto uma teoria, mas é forma unificada de pensar sobre a evolução tecnológica dos meios de comunicação. Em vez de estudar cada forma separadamente, ela nos encoraja a examinar todas as formas como membros de um sistema interdependente e a notar as semelhanças e relações que existem entre formas passadas, presentes e emergentes. Ao estudar o sistema de comunicação como um todo, veremos que as novas mídias não surgem de maneira espontânea e independentemente – elas emergem gradualmente da metamorfose da mídia antiga. E que, quando novas formas de mídia de comunicação emergem, as formas mais antigas geralmente não morrem – elas continuam a evoluir e se adaptar (FIDLER, 1997, p.23, *tradução nossa*).

Dessa forma, não é possível dissociar os elementos envolvidos nessa teia complexa. No enfoque ecossistêmico, a Midiamorfose resulta em muitas transformações do rádio, enquanto sistema vivo, que se adapta às pressões do ambiente, evoluindo para

uma nova mídia. Diante disso, o rádio sempre precisou se reinventar e encontrar, dentro dele mesmo, formas e características a serem exploradas para se manter vivo no ecossistema comunicacional.

Inspirada nos estudos sobre a midiamorfose, Prata (2009, p.79) apresenta um conceito adaptado ao rádio, destacando dois momentos históricos. Essas reflexões se aprofundaram em sua pesquisa sobre as webrádios, com destaque para os novos gêneros e formatos apresentados na web:

O rádio dos anos 50, através do processo de Radiomorfose, superou o impacto tecnológico do advento da TV e buscou uma nova linguagem. O veículo não morreu, apenas se transformou. Hoje, neste princípio de século XXI, a Radiomorfose continua e o veículo não vai morrer com o impacto das novas tecnologias digitais e da web, mas busca uma readaptação e encontra seu caminho numa nova linguagem, especialmente desenvolvida para os novos suportes (PRATA, 2009, p. 79).

Na perspectiva da Autopoiese, diante das pressões do ambiente, o rádio se reinventa a partir de si próprio. Conforme esse entendimento, o rádio brasileiro passou por um processo autopoietico após o surgimento da TV e por outro com o advento da internet, na era digital. O fato é que a forma de vida contemporânea passa por modificações nas quais não é possível se manter alheio às influências do mundo em constante movimento.

Por meio da autopoiese, o rádio se auto-organiza diante das tecnologias que surgem e suas pressões. Assim foi com o advento da televisão, quando ele passou a ser móvel, redirecionou seu conteúdo ao que era mais factual e se redescobriu como o meio comunicacional do tempo real. Quando a internet surgiu, o rádio ganhou imagens, texto, emotions, mas manteve sua essência de rádio. Com os novos adventos tecnológicos, eis que surge o rádio multiplataformas que se desenha timidamente no Brasil por questões políticas, econômicas, tecnológicas e culturais, porém, o rádio jamais perderá a sua autonomia autopoietica (MAFRA, 2011, p. 55).

O rádio autopoietico encontra dentro de sua própria organização novas possibilidades de adaptação e se fortalece enquanto meio tecnológico e expressivo. Para Maturana (2001, p.176), a Autopoiese é “a condição de possibilidade do sistema vivo, mas o modo de sua constituição e realização contínua em si continuamente modulada pelo fluir do viver do sistema vivo no domínio no qual ele funciona como uma totalidade”.

Os momentos de tensão e instabilidade provocam alterações no ecossistema e inspiram mudanças que vão muito além dos aparatos técnicos, por resultarem na criação

de novos modelos, comportamentos e sistemas complexos. O rádio passa por uma espécie de reconfiguração em uma série de interconexões dispostas em ordens relacionadas a fatores que o influenciam diretamente, como os sistemas de transmissão e os suportes que resultam na criação e na recriação de linguagens, mensagens, formas e conteúdos.

Dentro do ecossistema comunicacional há vários sistemas, entre eles o rádio, um sistema autopoietico por reproduzir seus elementos e suas estruturas dentro de um processo operacionalmente fechado por meio dos seus próprios elementos. Não se trata aqui do aparelho e sim da concepção do mesmo, pois em se tratando do objeto radiofônico, se quebrar, ele não irá se recompor, mas dentro do conceito, o mesmo se auto-gera e autorreferencia. Anteriormente, o mesmo era concebido por meio da transmissão, mas agora o que o define são as particularidades exclusivamente humanas, psicológicas, culturais, sociais que usam as tecnologias dos meios de comunicação para compor o sistema (MOURA, 2015, p.118).

Com isso, entende-se que o rádio autopoietico trata-se de um organismo vivo, um sistema aberto que se regenera por meio das influências e tensões do ambiente, composto por multicélulas que se conservam por conta de suas estruturas celulares, conseqüentemente, pela troca de compostos químicos que constituem sua estrutura. Considera-se, assim, que os sistemas complexos podem ser totalmente opostos, mas coexistentes dentro de um ecossistema e que o rádio tem se reconstituído a cada alteração no ecossistema comunicacional.

Capra (2006, p.46) destaca que essa forma de organização é característica de organismos e sistemas que só conseguem se manter vivos porque fazem parte de um todo. Portanto, um sistema se mantém vivo por meio da integração de seus elementos, pois não tem condições, energia nem outras possibilidades de viver, se estiver isolado. No caso do rádio, este responde a cada desordem e nova ordem do ecossistema, por estar mantendo conexões com os demais sistemas.

Bertalanffy (2012, p.206) complementa ao afirmar que os sistemas vivos trocam seus componentes em processos de degeneração e regeneração, catabolismo e anabolismo. E é por meio da troca desses componentes que o organismo multicelular se mantém mediante a troca das células. Dessa forma, a célula conserva-se pela troca das estruturas celulares; estas, por sua vez, pela troca dos compostos químicos que as constituem. Considerando o rádio como um sistema vivo aberto, entende-se que este é

influenciado pelo ambiente que está em estado de convergência digital, influenciada pela invenção do sistema digital e da internet.

A convergência possibilita que as mídias já existentes consigam coexistir, renovando linguagens e fazendo emergir novos meios dentro de um grande ecossistema: a rede. O rádio, enquanto sistema vivo, aberto e complexo, passa a ter novo fluxo de conteúdos dispostos em multiplataformas midiáticas, visando múltiplos mercados midiáticos e novos comportamentos diante de transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais (JENKINS, 2009, p. 29).

A internet provoca um emaranhado de nós ou laços que formam as redes autopoieticas, que têm se adaptado às tensões do grande ecossistema, levando os sistemas comunicacionais a novas conexões e configurações em meio aos avanços tecnológicos. Ela altera as relações entre o espaço e o tempo na era digital, muda o sentido de distância entre as camadas sociais, além de influenciar nas relações pessoais e profissionais, interferindo em decisões políticas, econômicas, comerciais, entre outros setores da sociedade.

Castells (2003, p.7) destaca as redes como sistemas com processos que fazem parte da história humana, implantados com o objetivo de organizar e congregar recursos com metas definidas, em cadeias de comando e controle, de maneira vertical e racional. Compara as redes do passado com as atuais: antes exerciam o papel de dominar a vida privada por meio do feudo e da produção, agora, com o advento das tecnologias da informação, permitem acessibilidade por serem flexíveis e adaptáveis.

Uma rede é um conjunto de nós interconectados. A formação de redes é uma prática humana muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo, transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet. As redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, características essenciais para se sobreviver e prosperar num ambiente em rápida mutação. É por isso que as redes estão se proliferando em todos os domínios da economia e da sociedade, desbancando corporações verticalmente organizadas e burocracias centralizadas e superando-as em desempenho (CASTELLS, 2003, p.7).

As redes são a forma como a vida está conectada. Capra (2006, p. 44-45) explica que numa visão geral, as redes podem ser imperceptíveis. No entanto, se a visão humana for ampliada, poderá ver todas as redes se conectando ao grande ecossistema.



Essas redes têm outras redes dentro delas, que por sua vez têm outras microrredes. Em cada uma dessas redes, há complexidade, ligando as partes ao todo e o todo às partes.

Em outras palavras, a teia da vida consiste em redes dentro de redes. Em cada escala, sob estreito e minucioso exame, os nodos da rede se revelam como redes menores. Tendemos a arranjar esses sistemas, todos eles aninhados dentro de sistemas maiores, num sistema hierárquico colocando os maiores acima dos menores, à maneira de uma pirâmide. Mas isso é uma projeção humana. Na natureza, não há “acima” ou “abaixo”, e não há hierarquias. Há somente redes aninhadas dentro de outras redes (CAPRA, 2006, p. 45).

Assim, reforça-se a ideia de que a nova ordem é a própria complexidade, um tema propício a ser abordado, refletido e debatido em um momento em que fluxos e processos da comunicação se reestruturam diante dos desafios da era digital. Embora as questões que envolvam a migração do rádio AM para FM sejam complexas, refletir sobre o tema pode criar bases para a descoberta de soluções aos impactos previstos. Pois, o pensamento complexo pode até não evitar ou suprimir o desafio, mas pode ajudar a superá-lo (MORIN, 2011, p.8).

O rádio no Brasil, que vem superando obstáculos em meio às transformações tecnológicas, políticas, administrativas e econômicas – mais intensamente com os adventos da televisão e do digital – precisa se reinventar constantemente enquanto meio tecnológico e negócio comunicacional. Atualmente, tem como alternativa a migração do sistema de transmissão AM para FM, fenômeno que promete provocar nova ordem no Ecossistema da Radiodifusão Brasileira.

## **CAPÍTULO 8: RESULTADOS E ANÁLISES DA PESQUISA**

O rádio brasileiro é um dos meios de comunicação de maior abrangência popular. Nos últimos anos, o meio sonoro vive os desafios de se modernizar diante dos adventos tecnológicos digitais por meio da convergência. No Brasil, essa questão passa pela alteração provocada com o incentivo à migração das 1.781 emissoras AM para FM.

O processo envolve a devolução da outorga de Amplitude Modulada em troca de um termo aditivo que migra a Frequência Modulada. Também exige adaptação técnica e

investimento financeiro. No caso das metrópoles que não tenham espectro suficiente para migrar, parte das emissoras AM que solicitaram a mudança terá de esperar a desativação da TV analógica para efetivar a migração por meio do *dial* estendido.

Essa adaptação tecnológica trará impactos na produção de receptores de rádio, ou de dispositivos que auxiliem na transmissão sonora dentro de outros sistemas, como automóveis e smartphones. Entende-se que a migração envolve questões multidisciplinares. Isso implica dizer que trará mudanças consideráveis para todos os envolvidos com o meio sonoro, entre eles: profissionais, empresários, ouvintes e anunciantes.

Essas mudanças provocam inquietação em pesquisadores brasileiros, que têm buscado formas capazes de compreender a reinvenção do rádio diante das pressões. A preocupação é com a urgentemente adaptação do meio às tecnologias, sem deixar de considerar que o rádio tem significativas funções sociais.

O Grupo de Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação vem promovendo discussões acerca do tema, em seus encontros anuais, e se sentiu motivado a organizar uma grande pesquisa que envolverá voluntários de todos os Estados, a ser realizada e publicada no ano de 2018.

Dentre os estudos científicos sobre o tema, destacam-se outras pesquisas realizadas em várias regiões do País, divididas entre artigos, Trabalhos de Conclusão de Curso de graduações (TCCs), dissertações de mestrado e teses de doutorado. Entre os pontos mais abordados estão a busca pela qualidade técnica, entendimento do processo, mudanças na linguagem e na programação e interação com as plataformas digitais.

Ourique (2014, p.6) realizou o estudo “Perspectivas sobre a evolução da radiodifusão no Brasil”, que resultou em um artigo publicado na nona edição da Revista Sonora. A pesquisa teve o objetivo de prospectar as possibilidades de futuro para a mídia sonora, por meio dos aspectos técnicos, de adaptação da linguagem e da atuação de profissionais. Entre as prospecções, o estudo conclui que as mudanças deverão trazer benefícios qualitativos a radiodifusores e a profissionais da área, aumentando a longevidade do rádio brasileiro.

Betti (2015, p.13) desenvolveu a pesquisa sobre a “Migração das emissoras em Amplitude Modulada: as vozes do novo *dial* brasileiro”, com o objetivo de analisar o panorama das emissoras que estavam passando pelo processo de migração, a fim de

identificar o novo perfil do rádio brasileiro. Entre os resultados, destacam-se alterações na linguagem e na programação, além do forte vínculo com as comunidades, tornando-as importantes espaços para a comunicação popular.

Em sua pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo, Curado (2015, p.19) discutiu a “Migração de rádios AM para FM: processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica”. O estudo explica como as emissoras de rádio de maior audiência no Brasil se comportavam diante da migração. Entre os resultados, identifica a penetração do rádio em plataformas portáteis, a priorização da qualidade técnica do som e as modificações na programação.

Santos e Campos (2016, p. 158) elaboraram um artigo intitulado “A migração das emissoras radiojornalísticas para o FM em Porto Alegre”, com o intuito de analisar como se dava o processo da migração nas rádios Gaúcha, Guaíba e Bandeirantes. Foram analisadas as características da programação e da linguagem. Concluíram que houve mudanças relevantes, como a interação com os meios digitais, a utilização da linguagem coloquial, e que o conteúdo passou a ter mais qualidade técnica e dinâmica.

Em seu relatório de estágio supervisionado, na graduação de Engenharia Elétrica, Candioto (2016, p.36) avaliou as etapas da migração na Rádio Clube de Lages/SC. O pesquisador utilizou como critérios: os motivos da emissora ter decidido migrar, vantagens e desvantagens das tecnologias AM e FM e forma como a emissora estava passando pelas etapas do processo. Concluiu que a rádio cumpria exigências e destacou a busca pela qualidade técnica.

Outra pesquisa sobre o tema resulta do Trabalho de Conclusão de Curso da graduação em Direito cujo título é “Radiodifusão no Brasil: avanços e retrocessos e a migração das emissoras de AM para FM”. Na pesquisa, Breitenbach (2016, p.58) apresenta questões históricas que definiram o marco regulatório da Radiodifusão Sonora Brasileira e o seu posicionamento como um sujeito de controle. As análises aplicam-se a termos técnicos, de conteúdo e econômico, a fim de apontar que o processo de migração é mais um avanço histórico do setor para que o rádio siga como protagonista entre os meios de comunicação no País.

Como resultado parcial de sua pesquisa de doutorado, Farias (2017, p.9) aponta características da migração por meio das reflexões sobre “A programação no rádio AM + FM: especificidades de um meio em migração”. O estudo foi relacionado aos modelos de grades existentes nos dois espectros e às especificidades de cada *dial* até o período atual

da radiodifusão. Como apontamentos, estão a mudança na linguagem para um jornalismo mais coloquial, apresentação de nova plástica com maior rigor estético e a interação com as redes sociais.

Essas inquietações são resultado do contato com o rádio, seja por meio da atuação profissional, do experimentalismo ou da admiração que se tem pelo meio sonoro. Para Santaella (2001, p.111), “toda pesquisa nasce, portanto do desejo de encontrar resposta para uma questão”. No caso aqui discutido, a questão é sobre os impactos da migração AM para FM, no Brasil, e mais precisamente no Amazonas, no que diz respeito a esta tese.

Somando-se aos que se dedicam a entender os fenômenos que envolvem o rádio, e partindo da premissa de que toda pesquisa nasce desse desejo motivador, é que alguns dos critérios supracitados serão aplicados como base para as investigações nesta tese, entre eles: os motivos que levaram à migração, reestruturação organizacional, redefinição das estratégias de programação e busca por audiência, utilização de novas mídias agregadas ao rádio.

Esta pesquisa segue rumo à compreensão das formas com as quais esse meio vai se adaptar, no Estado, em tempos de migração e de convergência. Considera-se que a migração é uma questão de sobrevivência para muitas espécies, e que o rádio é um sistema vivo autopoietico que se reinventa, para garantir sua atuação na sociedade brasileira, mesmo com as diversas ameaças que surgiram em sua trajetória.

O processo de migração envolve complexidade, que está presente no todo e nas partes e integra tudo o que põe ordem, clareza, distinção, precisão do conhecimento. O pensamento complexo reconhece o princípio de incompletude e incerteza, tem o conhecimento multidimensional como um desafio, já que complexidade não é completude. Considera que os laços das entidades do pensamento devem distinguir, mas não isolar umas das outras (MORIN, 2011, p.6-7).

Por se tratar de um tema emergente de grande impacto, optou-se recorrer à teoria da complexidade e ao pensamento complexo, em busca de uma melhor compreensão do

fenômeno que se apresenta: a migração das rádios amazonenses de AM para FM e suas adaptações ao ambiente da convergência tecnológica. O método adotado por Morin (1977) tem a complexidade como base de três pilares: ordem, desordem e organização.

A intuição afirma-o e proclama-o. Foi graças ao método que isola, separa, dissocia, reduz à unidade e mede, que a ciência descobriu a célula, a molécula e o átomo, a partícula, as galáxias, os quarsas, os pulsars, a gravitação, o electromagnetismo, o quantum de energia; que aprendeu a interpretar as pedras, os sedimentos, os ossos, as escritas desconhecidas, incluindo a inscrita no ADN. Todavia, as estruturas destes saberes estão dissociadas entre si. Actualmente, a física e a biologia só comunicam através de alguns istmos. A física já nem sequer consegue comunicar consigo mesma: a ciência-rainha está dividida entre microfísica, a cosmofísica, e meio-termo encontra-se ainda aparentemente submetido à física clássica. O continente antropológico ainda à deriva, como a Austrália. No seu seio, a própria tríade constitutiva do conceito de homem-indivíduo sociedade está totalmente dissociada, como já vimos (Morin, 1973) e como tornaremos a ver. O homem fragmenta-se: assim fica uma mão-no-instrumento, ali uma língua-que-fala, algures um sexo salpicando um pouco de cérebro. A ideia de homem é totalmente eliminável, por ser miserável: o homem das ciências humanas é um espectro suprafísico e suprabioológico. Como o homem, o mundo está dividido entre as ciências, fragmentando entre as disciplinas, pulverizando em informação (MORIN, 1977).

Consequentemente, o aprofundamento da discussão em torno da migração do rádio AM para FM é vasta e deve ser entendida do ponto de vista multidisciplinar proposto pela Teoria da Complexidade. Não à toa, desde os primeiros passos do governo em direção a essa intervenção de dimensões nacionais, estudiosos de diferentes áreas passaram a observar o fenômeno sob diversos aspectos, desde o tecnológico ao político-social.

O pensamento complexo permite compreender que os ecossistemas interagem, promovendo adaptações. Nesse movimento da vida, o rádio, dadas suas características, é um sistema vivo autopoiético, que sempre se reinventa diante das tensões do ambiente. Isto posto, o desafio iminente é a migração das rádios amazonense AM para FM e suas adaptações ao ambiente da convergência tecnológica.

## **8.1 Objetivos da tese**

O ponto de partida desta pesquisa foi compreender a complexidade que envolve a migração de AM para FM e como essa mudança tem se dado no Estado do Amazonas,

dentro de um contexto de convergência tecnológica. Considera-se que os meios de comunicação tradicionais são impulsionados a passar pelo processo de convergência e que o rádio está entre esses meios.

Durante quase 50 anos, pareceu cômodo manter centenas de rádios brasileiras atuando em Amplitude Modulada. Em parte, justificava-se diante de sua importância às localidades alcançadas pela extensão de suas ondas. Mudar esse sistema era considerado um processo trabalhoso, envolto em burocracias, mesmo diante das possibilidades que o FM apresenta, se implementado de forma planejada.

Como na vida cotidiana, foi necessária uma tensão no ambiente, que impusesse uma mudança com vistas à reorganização. O sistema digital, responsável por esse choque no Sistema Radiofônico Brasileiro, impulsionou a energização do ecossistema comunicacional, para que este respondesse aos estímulos e buscasse, nas suas estruturas, os componentes necessários às transformações do rádio.

A emergência abre-nos uma nova inteligência do mundo fenomênico; propõe-nos um fio condutor através das arborescências da matéria organizada. Ao mesmo tempo, suscita problemas: temos de situá-la de modo complexo, nas relações entre o todo e as partes, entre estruturalidade (super infra-estrutura) e fenomenalidade (MORIN, 1977, p.203).

A tensão se instalou a partir do momento em que o governo brasileiro decidiu dar início aos testes com os modelos de rádio digital. Como efeito em cascata, pesquisadores do rádio passaram a intervir, indicando que as mudanças são complexas e precisam ser compreendidas a partir de parâmetros bem estruturados e mensurados por meio de métodos. Eis um dos papéis da ciência: refletir sobre modelos a partir de experiências e observações dos fenômenos.

A ciência trouxe o embate entre o que se esperava dos modelos e os resultados. O principal deles era de que, embora os modelos de rádio digital testados no Brasil defendessem a tese de que era possível a convivência entre os sistemas AM e FM, os testes refutaram a afirmação. Essa e outras contradições impediram o governo de optar imediatamente pela adoção de um dos modelos de rádio digital.

Como que parte de uma estratégia típica quando se trata do campo político, o governo se retira da cena, do embate. E volta. Volta com um dispositivo da lei,

legitimando suas decisões. O decreto de migração tem motivo de ser, e não se restringe à atualização das emissoras enquanto sistema tecnológico. É uma questão política, econômica, estratégica, que, no fim, nivela o Sistema Brasileiro de Radiodifusão e o torna praticamente imune aos testes para implementação do rádio digital.

Com isso, percebe-se que o próprio governo reagiu diante das tensões. Há pressões em todo o ecossistema: na política, no rádio, nos negócios, na sociedade, na ciência. Esse entendimento geral das pulsações que ocorrem dentro do grande ecossistema foi possível por meio dos caminhos que esta tese percorreu, porque “pesquisar implica o acatamento de uma série de fases consecutivas” (SERRANO, 2011, p.133).

Embora os objetivos estabelecidos para se chegar à compreensão do fenômeno tenham se utilizado do pensamento complexo, não se desprezou trilhas científicas que dessem a esta tese a solidez necessária a uma pesquisa. Quando se faz pesquisa, é preciso considerar que a ciência entende os sistemas como organismos que têm estruturas, uma organização lógica. O desafio ao pesquisador é traçar os caminhos que desvelarão a complexidade por detrás da lógica.

## **8.2 Procedimentos metodológicos e protocolo da pesquisa**

A partir do pensamento complexo, optou-se em traçar procedimentos articulados e moldados para dar conta da complexidade que envolve esta pesquisa. O método de abordagem (MORIN, 1977) leva à observação dos fenômenos por meio das nuances da multidisciplinaridade, a partir do todo e das partes. Também interpreta que a complexidade se dá por meio da ordem, da desordem e da organização que faz surgir nova ordem.

Como o campo de atuação da comunicação é a sociedade, as ciências da comunicação passaram a adotar esse modelo de pensamento que se utiliza do entrelaçamento de vários saberes. O pensamento multidisciplinar entende que os meios de comunicação são resultado dos avanços tecnológicos, que estão organizados por laços estruturais e que perpassam diversas áreas de forma intensa e contínua. Nada está isolado.

As ciências da comunicação constituem hoje em dia um nó transdisciplinar, no campo das ciências brandas, comparável ao nó das ciências cognitivas, no território das ciências duras [...] com a tendência contemporânea que apresentam para se integrarem em um único sistema de comunicação cada vez mais complexo, está exigindo uma abordagem multidisciplinar para dar conta de seus variados aspectos científicos, institucionais, tecnológicos, políticos, culturais, profissionais etc (SANTAELLA, 2001, p.83).

Percebeu-se que esse emaranhado de nós que compõe os sistemas comunicacionais se conecta pela legislação, tecnologias, entre outros elementos. Em cada uma dessas redes, que formam a teia da vida (CAPRA, 2006), há complexidade. Assim, quando há pressão em qualquer das partes do ecossistema, se cria a desordem, para se chegar a uma nova ordem.

A evolução das organizações vivas, a história antropossocial, são as novas núpcias destruidoras e criadoras entre a desordem e a organização. A forma mais aterradora da desordem no seio duma organização, a retroação positiva, torna-se o fermento necessário das evoluções e a onda de choque das revoluções (MORIN, 1977, p.209).

Partindo do objetivo geral, esta tese apegou-se, então, à ciência moderna, que percebe essa interdependência entre o todo e as partes. É o entendimento de Serrano (2011, p.107), quando afirma que “a pesquisa convida à multidisciplinaridade. É difícil, para não dizer impossível, encontrar um fenômeno absolutamente isolado de seu entorno”. Por isso, buscou-se reunir variados elementos que demonstram a conexão entre o rádio e os demais componentes dos ecossistemas dos quais ele faz parte.

Em se tratando da abordagem do problema proposto, a pesquisa qualitativa (DIEHL e TATIM, 2004, p.52) permitiu a classificação dos processos dinâmicos e o entendimento de que se fazia necessário conhecer os contextos diversos nos quais se apresentava o fenômeno em meio ao ecossistema comunicacional, além da aproximação com as emissoras que estavam em processo de migração do rádio AM para FM. “A noção de sistema, assim entendida, leva, portanto, o sujeito não só a verificar a observação, mas também a integrar nela a auto-observação” (MORIN, 1977, p.136).

O estudo foi delineado de forma que orientasse uma série de ações com vistas ao que se esperava alcançar – a compreensão da complexidade da migração AM/FM das emissoras amazonenses. Esse objetivo suscitou a pesquisa exploratória (DIEHL e TATIM, 2004, p.53), a fim de instigar um olhar próximo da realidade, considerando que a



migração estava em plena expansão e isso exigia mergulhos em situações fenomênicas. “Pesquisar é conhecer de modo distinto, do único modo reconhecido pela ciência: aplicando o método e demonstrando tudo o que se afirma com dados objetivos e argumentos explicativos” (SERRANO, 2011, p.95).

Entendeu-se que os procedimentos não deveriam estar ancorados no positivismo da ciência tradicional, mas que precisavam seguir um norte, dadas as possibilidades já estabelecidas pela própria metodologia da pesquisa, com abertura para ajustes no decorrer dos avanços conquistados. Basta lembrar que a complexidade não expulsa a incerteza do conhecimento (MORIN, 1977, p.349). Isso implica aceitar que “a teoria dos sistemas cognitivos ou conceituais engloba questões lógicas e metodológicas” (SANTAELLA, 2001, p.113).

A escolha do Estudo de Casos Múltiplos como método de procedimentos foi crucial para a melhor avaliação dos impactos e das adaptações realizadas pelas emissoras de rádio diante das tensões advindas com a migração. A inclinação para a adoção desse método apoiou-se no fato de se tratar de um fenômeno contemporâneo em profundidade em seu contexto de mundo real, além de que os limites entre o fenômeno e o contexto necessitavam ser claramente evidenciados (YIN, 2015, p.17).

Outro ponto fundamental é que esse conjunto de procedimentos metodológicos permite a combinação com outros métodos, ajustando-se, assim, às características inerentes à complexidade. Portanto, os procedimentos empregados para o levantamento de informações se deram dentro de um conjunto de ações sistematizadas em etapas propostas. Após a definição das variáveis a serem investigadas e da escolha das fontes múltiplas de evidências a constituírem o corpus de análise, as proposições teóricas orientaram a coleta e a análise dos dados (YIN, 2015, p.18).

A multidisciplinaridade estimulou o levantamento de dados para o estudo por meio de referenciais bibliográficos, pesquisas documentais e da legislação que rege a Radiodifusão Sonora Brasileira. Esse conhecimento do todo implica dissecar as partes do fenômeno. O exame das partes revela as reações que estão ocorrendo nos pontos e suas relações com o todo. “A organização dum sistema é a organização da diferença. Estabelece relações complementares entre as partes diferentes e diversas, bem como entre as partes e o todo” (MORIN, 1977, p.113).

Os procedimentos técnicos (DIEHL e TATIM, 2004, p.58) constituíram-se de pesquisa bibliográfica, documental e pesquisa em campo. Para sistematizar a análise, os instrumentos utilizados foram formulários semiestruturados de entrevista, que resultaram em relatórios individuais. Esses relatórios possibilitaram o cruzamento das informações dos múltiplos casos, gerando um entendimento das principais características em comum. Yin (2015, p.28) afirma que “a maioria dos estudos de casos múltiplos tem a probabilidade de ser mais forte do que os projetos de estudo de caso único”.

O levantamento de informações se deu praticamente em todo o processo de construção da tese, por meio da pesquisa bibliográfica e da pesquisa documental. Em se tratando da primeira, buscou-se constituir um marco teórico para dar conta do desenvolvimento do rádio no Amazonas, bem como de sua influência no cotidiano manifestada por meio dos sujeitos sociais. Ficaram notórias as interferências do rádio em campos multidisciplinares, como a política, a economia, o cinema, o esporte, a cultura de modo geral e a cotidianidade amazonense.

A partir do desenho das estruturas que formam o ecossistema da radiodifusão sonora amazonense e, por conseguinte, as emissoras migrantes, foi possível definir o corpus de análise da tese, o que se deu pelo status de migração das rádios, sendo que foram destacadas para aplicação do método as cinco emissoras amazonenses que, até julho de 2017, já estavam operando em FM. O levantamento bibliográfico das primeiras pesquisas acadêmicas realizadas sobre o tema e o marco teórico levaram à definição dos cinco critérios a serem analisados na pesquisa exploratória, afinada para pesquisa em campo, procedimento escolhido em função de tratar-se de um fenômeno em plena expansão.

Por meio da Teoria dos Estudos Culturais, foi possível apreender as diferentes manifestações da sociedade a partir dos usos das mensagens transmitidas pelo rádio amazonense. O meio sonoro influenciou a paixão por diferentes times locais, atraiu para as casas de cinema, envolveu na religião, reaqueceu as trocas comerciais, fez brotar as emoções com os avisos, e por que não dizer: elegeu e derrubou políticos. Com base no entendimento dos estudos culturais, é sabido que essa influência é via de mão dupla, já que o receptor da mensagem (a sociedade) articula seu uso conforme as nuances da sua própria cotidianidade.

O marco teórico redimensionou a compreensão do fenômeno para um nível ecossistêmico, entendendo que o rádio, um sistema autopoiético, integra o Sistema Radiofônico Brasileiro e que este faz parte do sistema comunicacional do País, que por sua vez está dentro do grande ecossistema da comunicação mundial. A pesquisa tem esse poder de sair do superficial (SERRANO, 2011, p.95).

Em se tratando de um tema emergente, o fenômeno migração precisou ser entendido sob o viés da pesquisa documental. Com isso, recorreu-se à consulta de documentos oficiais que trouxeram o arcabouço necessário ao entendimento das leis, processos e forças que direcionaram a aplicação das etapas da migração, das estruturas que integram os micros e macros sistemas da radiodifusão sonora, das relações e interdependências entre os componentes. A documentação oficial foi obtida por meio do Mosaico, sistema da Anatel que reúne informações atualizadas das outorgas de rádio e televisão no Brasil.

No Mosaico, tornou-se possível a organização das informações a partir de tabelas; acesso a documentos, como outorgas; acesso a números oficiais; acesso a dados que permitem compreender o histórico das emissoras de rádio do Brasil, por estado, enfim, a uma série de informações, como classes das emissoras, entre outros dados. Essas informações deram certa transparência e liberdade para pesquisar, entender e cruzar dados para tomada de decisões quanto aos caminhos e inferências da pesquisa. Outros documentos foram obtidos em sites especializados e com os próprios radiodifusores.

A pesquisa de campo é um dos instrumentos inerentes ao Estudo de Casos Múltiplos (YIN, 2015), pelo qual buscou-se analisar as emissoras e correlacionar os acontecimentos em cada caso. Na pesquisa em campo, foram realizadas entrevistas com profissionais do rádio, radiodifusores e gestores das emissoras. Constatou-se que as emissoras se articularam em torno do processo de migração, envolvendo seus colaboradores, levantando os recursos financeiros necessários, providenciando a estrutura exigida pelo Ministério das Comunicações, readequando sua linguagem geral ao modelo FM.

A última fase foi, de todas, a mais desafiadora, composta pela análise aprofundada dos casos, a inferência levando em consideração as teorias apresentadas, o desenvolvimento de implicações teóricas e a elaboração do relatório de casos cruzados. Com base no pensamento complexo, que toma a complexidade como o seu pilar, a

unidade complexa ganhou densidade na certeza de que não se pode reduzir nem o todo às partes nem as partes ao todo. Precebe-se que há de se “conceber em conjunto, de modo simultaneamente complementar e antagônico, as noções de todo e de partes, de uno e de diverso” (MORIN, 1977, p.203).

O embasamento teórico mais a posse dos dados oficiais e das informações adquiridas junto às emissoras de rádio se tornaram essenciais para esclarecer as conexões manifestadas nas sutilezas das decisões e processos que envolvem a migração do rádio AM para FM, no Brasil, e seus impactos no Amazonas. Realmente, chegou-se ao entendimento de que o rádio amazonense congrega e está na complexidade – ecossistêmica amazônica, da Radiodifusão Sonora Brasileira e mundial, das tecnologias, da convergência das mídias, das relações sociais e de poder. Os processos e elementos que compõem e se relacionam com a rádio amazonense o tornam complexo em diferentes aspectos.

A complexidade, neste sentido, é compreendida não como algo inexplicável, fora do alcance da cognição. Pelo contrário, contribui com o entendimento das interconexões. Diante disso, tornou-se imprescindível refletir sobre o futuro do rádio, considerando a complexidade da migração que resultará em novos modelos comunicacionais sem deixar de perceber os impactos sociais, econômicos e culturais provocados por essa alteração no sistema como um todo. Santaella (2001, p.77) entende que os sistemas tecnológicos complexos de comunicação e informação exercem “papel estruturante na organização da sociedade e da nova ordem mundial. Daí a sociedade ser definida em termos de comunicação que é definida em termos de redes”.

Os meios de comunicação se movimentam junto com a sociedade, estalecendo relações e submetendo-se aos jogos da vida cotidiana. Assim, sob a ótica dos estudos culturais, a mídia não é absoluta, e a sociedade faz uso dos meios a partir do diálogo com outros elementos do dia a dia. A sociedade é cúmplice das decisões que toma, mesmo que os fenômenos da comunicação desempenhem papel central nos “setores da vida social e individual e o papel fundamental que a comunicação como área do conhecimento está fadada a desempenhar em muitas outras áreas” (SANTAELLA, 2001, p.14).

Embora existam diversas formas de abordar o tema para se alcançar um objetivo da pesquisa, a metodologia escolhida trouxe a seguridade científica, contemplando as características intrínsecas do objeto diante das transformações tecnológicas que

envolvem as mídias tradicionais, como rádio, no cenário mundial. Quando o fenômeno estudado é aplicado à Amazônia, cabe ao cientista considerar as peculiaridades da região dentro de um universo complexo.

### **8.3 Corpus de Análise**

As análises se deram por meio da observação, por meio do critério decisivo: o status de migração concluída até julho de 2017. O corpus ficou com cinco das 12 emissoras de rádio que solicitaram a migração: Rádio Difusora (Band News), Rádio Rio Mar, Rádio Baré (CBN Amazônia), Rádio Princesa do Solimões e Rádio Educação Rural de Tefé.

Acredita-se que a pesquisa em campo foi fundamental por permitir a melhor compreensão do fenômeno estudado pela aproximação com o objeto, afinal, "o objeto deixa de ser tomado como um dado inerte e neutro, o sujeito é considerado como parte integrante do processo de conhecimento, atribuindo significados àquilo que pesquisa" (SANTAELLA, 2001, p.143).

A partir da definição de que a pesquisa exploratória se daria por meio da pesquisa em campo, resolveu-se que o grupo de entrevistados seria composto por profissionais do rádio, dos mais antigos aos mais novos; gestores das emissoras que se envolveram no processo de migração, e responsáveis técnicos, que pudessem explicar o processo de readequação da estrutura da emissora a partir da migração.

A aplicação das entrevistas em campo se deu entre agosto de 2017 e novembro de 2017, a partir de formulários semiestruturados. Esse tipo de procedimento permitiu que fossem feitas intervenções (perguntas e comentários) durante as entrevistas, registradas em vídeo ou em áudio que, posteriormente, geraram relatórios para cruzamento de dados, na fase de análises.

**Quadro 8: Entrevistas realizadas na Pesquisa em Campo**

ENTREVISTAS COM PROFISSIONAIS E GESTORES DAS EMISSORAS					
Nº	NOME	FUNÇÃO	EMISSORA	SUPORTE	DATA DE GRAVAÇÃO
01	Josué Claudio de Souza Filho (Josué Filho)	Radialista / Sócio da emissora	Difusora / Band News	Vídeo	14/11/2017
02	Maria Jerusalém dos Santos (Jerusa Santos)	Radialista	Aposentada	Vídeo	07/11/2017
03	Arnaldo dos Santos Andrade (Arnaldo Santos)	Cronista e locutor esportivo	Difusora	Vídeo	28/08/2017
04	Paulo Roberto Guerra Mitozo (Paulo Guerra)	Radialista	Difusora	Vídeo	18/11/2017
05	Cristóvão Nonato da Silva	Chefe de jornalismo	Baré / CBN Amazônia	Vídeo	10/10/2017
06	Danielle Pires	Gestora	Princesa do Solimões	Áudio	28/11/2017
07	Valdir Correia de Melo (Valdir Correia)	Diretor comercial	Difusora / Band News	Áudio	27/11/2017
08	Larissa Balieiro Pinheiro (Larissa Balieiro)	Jornalista	Difusora / Band News	Áudio	21/10/2017
09	Genival José de Paula	Engenheiro elétrico	Difusora / Band News	Áudio	06/11/2017
10	Pe Charles Cunha da Silva	Diretor-Superintendente	Rio Mar	Áudio	14/10/2017
11	Francisco Alberto da Silva Conceição	Diretor administrativo	Rio Mar	Áudio	16/10/2017
12	Anderson Almeida dos Santos	Coordenador de produção	Rio Mar	Áudio	18/11/2017
13	Thomas Schwamborn	Diretor administrativo	Educação Rural de Tefé	Áudio/Telefone	20/11/2017
14	Adriane Oliveira	Secretária da presidência	Baré / CBN Amazônia	E-mail	17/11/2017

**Fonte:** Dados da pesquisa em campo

Entre as informações obtidas junto aos entrevistados estão as datas das assinaturas dos termos de mudança de outorga, além das datas em que os documentos foram publicados no Diário Oficial da União (DOU): a Rádio Difusora do Amazonas teve o Extrato do Termo Aditivo publicado no DOU, no dia 17 de maio de 2016; a Rádio Baré (CBN Amazônia), no dia 20 de maio de 2016; a Rádio Princesa do Solimões, no dia 9 de novembro de 2016; a Rádio Rio Mar e a Rádio Educação Rural de Tefé tiveram os extratos publicados no dia 10 de novembro de 2016.

As informações sobre as outorgas, além das informações oficiais referentes às emissoras migrantes foram obtidas na plataforma Mosaico da Anatel. Esses dados foram organizados para que se pudesse entender a atuação dessas empresas dentro do ecossistema radiofônico amazonense.

**Tabela 2 - Rádios amazonenses que migraram de AM para FM**

<b>RÁDIOS AMAZONENSES QUE MIGRARAM DE AM PARA FM</b>								
Municípios do Amazonas	Rádio	Frequência (AM)	Classe (AM)	Frequência (FM)	Classe (FM)	Entidade	Segmento	Publicação do Termo Aditivo
Manaus	Rádio Difusora do Amazonas	1180	B	93,7	A4	Rádio Difusora do Amazonas LTDA.	Comercial	17/05/2016
Manaus	Rádio Baré (CBN Amazônia)	1440	B	95,7	A4	Rádio Baré LTDA.	Comercial	20/05/2016
Manacapuru	Rádio Princesa do Solimões	820	C	96,3	B2	Rádio TV do Amazonas LDTA.	Comercial	09/11/2016
Manaus	Rádio Rio Mar	1290	B	103,5	A4	Rádio Rio Mar LTDA.	Comercial	10/11/2016
Tefé	Rádio Rural de Tefé	1270	B	93,9	A4	Fundação Dom Joaquim	Comercial	10/11/2016

Fonte: MCTIC, 2017

Morin (1977, p.119) compreende que o contato próximo com o objeto é fundamental para o desenvolvimento da pesquisa que toma como base a complexidade: “os objectos dão lugar aos sistemas. Em lugar das essências e das substâncias, a organização; em lugar das unidades simples e elementares, as unidades complexas; em lugar dos agregados formando corpos, os sistemas de sistemas de sistemas”. Optou-se por não apresentar informações sigilosas no corpo da tese para preservar as emissoras, bem como suas estratégias durante o processo de migração.

O formulário de entrevistas abordou questões relacionadas à migração a fim de gerar dados sobre os critérios: os motivos que levaram à migração, reestruturação organizacional, redefinição das estratégias de programação, busca por audiência e utilização de novas mídias agregadas ao rádio. Nem todas as emissoras migrantes

concederam todas as informações solicitadas, o que gerou a necessidade de recorrer a outras fontes, como registros jornalísticos sobre a migração.

As entrevistas realizadas durante a pesquisa em campo foram transcritas e agregadas aos dados levantados durante a pesquisa documental no sistema Mosaico da Anatel. Essas informações consolidaram os relatórios individuais de cada um dos casos analisados. Posteriormente, esses dados foram cruzados, com o intuito de gerar um resultado final por meio da comparação das informações. Parte dos resultados pode ser conferida a seguir, para que se tenha uma noção de como a metodologia foi consolidada.

### *8.3.1 Rádio Rio Mar*

## **RELATÓRIO DAS ENTREVISTAS – ESTUDO DE CASO**

### **DADOS DA EMISSORA**

Município: Manaus/AM

Entidade: Rádio Rio Mar LTDA

Frequência AM: 1.290 – Classe AM: B

Frequência FM: 103,5 – Classe FM: A4

Segmento: Comercial

Publicação do termo aditivo: 10/11/2016

### **CONTEXTO HISTÓRICO**

A Rio Mar foi fundada em 15 de novembro de 1954 pelos empresários Charles Hamú, Aguinaldo Archer Pinto e Aluysio Archer Pinto. No início, a rádio operava na frequência 990 kHz, com potência de 1,0 kW, mas foi alterada para 1.440 kHz. Em 1962, a emissora passou para a direção da Arquidiocese de Manaus, por meio do arcebispo da época, Dom João de Souza Lima, com o padre Thiago de Souza Braz e o monsenhor Alcides Peixoto.

O padre Thiago era o diretor superintendente e administrou a rádio desde 1962 até 1997, quando ele faleceu. Nesse período, a rádio funcionou em AM e conseguiu mais



duas faixas de ondas curtas, em 31 metros e 49 metros, cobrindo, assim, toda a cidade de Manaus. Pelas suas ondas curtas, que ainda transmitem para o interior, a Rio Mar alcança até 48 municípios, dos 62 que compõem o Amazonas.

Com o falecimento do padre Thiago, em 8 de abril de 1997, o então arcebispo de Manaus, Dom Luiz Soares Vieira, que já pertencia à direção da emissora, convidou o padre Martin James Laumann para assumir a emissora no dia 16 de junho de 1997. Ele ficou até 2010. A partir de 2010, o padre Charles Cunha da Silva assumiu a rádio, e é superintendente até os dias atuais.

## **PROCESSO DE MIGRAÇÃO**

A partir da assinatura do decreto, o trabalho começou a ser realizado para que a emissora pudesse participar da migração. A rádio precisava ter a documentação em dia, o projeto técnico e até a viabilidade técnica. Todos esses projetos foram realizados e encaminhados para o Ministério das Comunicações, que os aprovou.

Então, em 2016, o atual arcebispo Dom Sergio Eduardo Castriani, juntamente com o padre Charles Cunha e Dom Luís Soares Vieira, assinou o documento da migração, em Brasília. No dia 4 de junho de 2017, a Rio Mar FM 103.5 foi inaugurada.

## **CRITÉRIOS DE ANÁLISE**

### **Critério 1: Motivos por optar pela migração**

- Sobrevivência da emissora;
- Modernização;
- Adequação ao perfil da audiência.

### **Critério 2: Reestruturação organizacional**

- Se estruturou em rede;
- Fez novas contratações;
- Reorganizou a programação;
- Investiu em jornalismo;
- Tornou a rádio mais comercial.

### **Critério 3: Redefinição e estratégias de programação**

- Tirou do ar programas que não estavam direcionados ao novo perfil;
- Ampliou o tempo destinado ao jornalismo

### **Critério 4: Busca por audiência**

- Investiu em redes sociais;
- Deu possibilidade de acompanhamento do conteúdo pelos aplicativos móveis.

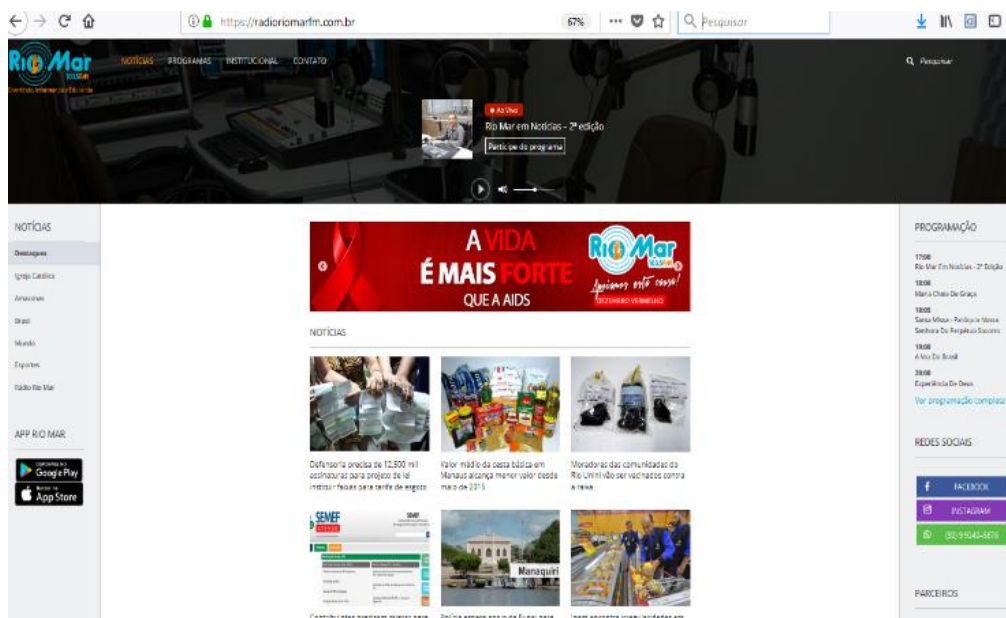
### **Critério 5: Utilização de novas mídias agregadas ao rádio**

- Passou a utilizar as redes sociais para pesquisa de consumo.

## **SITE INSTITUCIONAL**

www.radioromarm.com.br

**Figura 13 – Capa do site da Rádio Rio Mar**

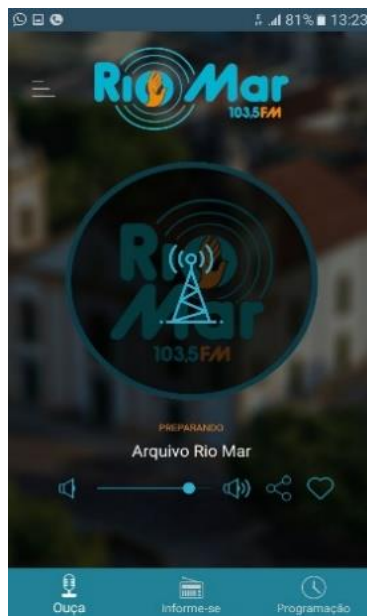


**Fonte:** Dados da pesquisa

## **APLICATIVO MÓVEL**

A emissora usa esse recurso.

Figura 14 – Interface do aplicativo móvel da Rádio Rio Mar



Fonte: Dados da pesquisa

## REDES SOCIAIS

A emissora tem contas do Facebook e do Instagram.

Figura 15 – Capas do Facebook e do Instagram da Rádio Rio Mar



Fonte: Dados da pesquisa

## RELATÓRIO DAS ENTREVISTAS – ESTUDO DE CASO

### DADOS DA EMISSORA

Município: Manaus/AM

Entidade: Rádio Difusora do Amazonas LTDA

Frequência AM: 1.180 – Classe AM: B

Frequência FM: 93,7 – Classe FM: A4

Segmento: Comercial

Publicação do termo aditivo: 17/05/2016

### CONTEXTO HISTÓRICO

A Rádio Difusora do Amazonas foi inaugurada no dia 24 de novembro de 1948 em onda intermediária (ZYS-8 – 62,40 metros) por Josué Claudio de Souza, ex-funcionário da Rádio Baré. A emissora foi montada em sociedade com sua esposa Maria da Fé Xerez de Souza. Josué também recebeu ajuda de amigos. Orlando Silva, o cantor das multidões, participou da inauguração.

Como a carreira de Josué Cláudio se dividia entre a atuação como locutor e a vida política, sua esposa Maria da Fé se integrou da parte administrativa da emissora. Por anos, a rádio foi administrada por Ismael Benigno, sob a supervisão de Maria da Fé. Colaboraram com esse trabalho, entre outros, Paulo Soares, Carlos Carvalho, João Bosco Ramos de Lima, J. Nunes, Paulo Xerez, Raimundo Clemêncio, Olavo Coelho, Delza Castro (Cavalcante), Mária Wilson, Geraldina Linhares, Leal da Cunha, Moza Castro, Maria do Carmo França, Zuleide Carvalho, Terezinha Tribuzzi.

Nos anos 1950, surgiu a ZYB-21, Onda Média. Em 1968, passou a operar nas três faixas: AM, FM e OT. Hoje, a Rede Difusora de Rádio do Amazonas opera em Frequência Modulada, com o canal Rádio Difusora do Amazonas 96,9 FM e Band News Difusora FM

93,7. O grupo de comunicação funciona no 20º andar do Edifício Palácio do Comercio, no Centro de Manaus

A outorga da 96,9 FM data de 31 de março de 1977 e foi concedida pelo Ministério das Comunicações por meio de portaria. O documento de assinatura da outorga data de 24 de março de 1977.

No início, as disputas entre a Difusora e a Baré dividiam os ouvintes em dois grupos. Essa rivalidade se refletia no futebol e na vida noturna. Os ouvintes da Baré torciam pelo Atlético Rio Negro Clube e frequentavam a Maloca dos Barés. Os fãs da Difusora torciam pelo Nacional Futebol Clube e curtiam a apresentação de artistas na Festa da Mocidade.

Desde seu surgimento, a Rádio Difusora do Amazonas tem a tradição de promover eventos em Manaus. No início, ficou conhecida por contratar celebridades da música e do teatro, atraindo multidões. A emissora também criou o programa de calouros Tem Gato na Tuba.

A rádio ficou famosa entre as camadas populares ao apostar na dinâmica dos avisos, que consistiam na transmissão de recados comprados pelos ouvintes. Os locutores liam as mensagens no ar, que eram direcionadas a parentes, amigos ou demais destinatários.

Os textos da Crônica do Dia, criados e lidos por Josué Cláudio de Souza, também contribuíram para a popularidade da emissora. O programa era veiculado de segunda a sábado, ao meio dia. Ao toque do sino da Igreja da Matriz de Nossa Senhora da Conceição, no Centro de Manaus, a população se inclinava para ouvir a crônica.

A história da Rádio Difusora do Amazonas também é marcada pelas grandes transmissões esportivas. A emissora sempre apostou em locutores que fizeram carreira e história em seu *casting*, como Valdir Correia, que está na rádio desde 1976, e Paulo Guerra, que atua na emissora desde o início da mesma década.

Josué Claudio de Souza Filho também é uma das vozes marcantes da emissora. Quando a Rádio Difusora do Amazonas surgiu, Josué Filho tinha dois anos de idade. Aos 18 anos, durante uma viagem de Josué pai, passou a atuar na emissora. Hoje, o radialista é sócio-proprietário da rádio. Desde o dia 22 de fevereiro de 2008, também é conselheiro do Tribunal de Contas do Estado do Amazonas (TCE-AM).

## PROCESSO DE MIGRAÇÃO

O Extrato do Termo Aditivo que permitiu a migração da Rádio Difusora do Amazonas (1180 AM) foi publicado no DOU em 17 de maio de 2016. Quase um ano depois, em 17 de março de 2017, a emissora passou a operar no *dial* de Frequência Modulada como Nova FM 93,7.

Informações obtidas junto à Anatel indicam que essa outorga da Rede Difusora de Rádio do Amazonas foi obtida por meio de decreto da Presidência da República e data de 28 de janeiro de 1961, quando foi publicada no Diário Oficial da União. A assinatura do documento se deu no dia 25 do mesmo mês daquele ano.

No dia 24 de outubro de 2017, a rádio inaugurou sua atuação como Band News Difusora FM 93,7. Fruto da adesão da Rádio Difusora do Amazonas à Rede Band News, a nova emissora atua no segmento *all News*.

## CRITÉRIOS DE ANÁLISE

### **Critério 1: Motivos por optar pela migração**

- Modernização;
- Incremento de novo modelo de negócio;
- Escolha pela segmentação no jornalismo;
- Por questões comerciais.

### **Critério 2: Reestruturação organizacional**

- Contratou novos profissionais de comunicação;
- Construiu um novo formato;
- Entrou em rede;
- Mesclou o nome após entrar em rede;
- Ao entrar em rede, segmentou em jornalismo.

### **Critério 3: Redefinição e estratégias de programação**

- Entrou em rede;
- Focou no jornalismo;
- Fez seleção interna e contratou novos profissionais.

### **Critério 4: Busca por audiência**

- Segmentou em jornalismo;
- Entrou em rede.

### **Critério 5: Utilização de novas mídias agregadas ao rádio**

- Utilização do Instagram para divulgação da marca.

## **SITE INSTITUCIONAL**

[www.bandnewsdifusora.com.br](http://www.bandnewsdifusora.com.br)

**Figura 16 – Capa do site da Band News Difusora**



**Fonte:** Dados da pesquisa

## APLICATIVO MÓVEL

A emissora usa esse recurso.

Figura 17 – Interface do aplicativo móvel da Band News Difusora

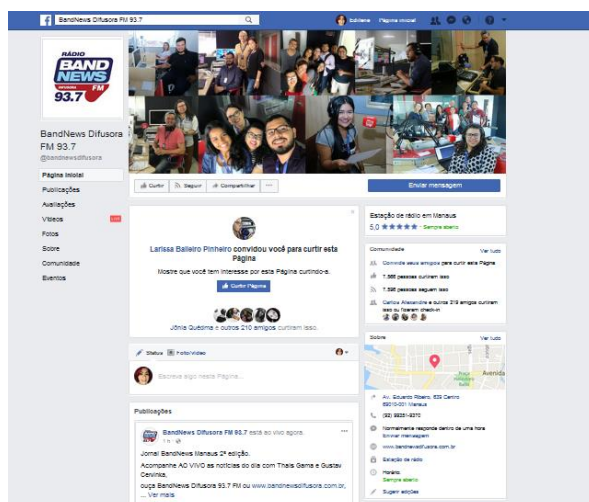


Fonte: Dados da pesquisa

## REDES SOCIAIS

A emissora tem contas do Facebook e do Instagram.

Figura 18 – Capas do Facebook e do Instagram da Band News Difusora



Fonte: Dados da pesquisa



### 8.3.3 Rádio Baré (CBN Amazônia)

## RELATÓRIO DAS ENTREVISTAS – ESTUDO DE CASO

### DADOS DA EMISSORA

Município: Manaus/AM

Entidade: Rádio Baré LTDA

Frequência AM: 1.440 – Classe AM: B

Frequência FM: 95,7 – Classe FM: A4

Segmento: Comercial

Publicação do termo aditivo: 20/05/2016

### CONTEXTO HISTÓRICO

A rádio começou sua operação em 1938, como Voz da Baricéia, quando Lizardo Rodrigues estruturou e colocou a emissora no ar, atraindo a atenção da população e de autoridades amazonenses. A rádio foi montada na casa de Lizardo, na Avenida Sete de Setembro, em frente ao Palácio Rio Negro. Em 1942, foi encampada pelo interventor Álvaro Maia. No mesmo ano, foi transferida para a sede da Associação Comercial do Amazonas (ACA).

Em 1943, Assis Chateaubriand incorporou a emissora à Rede de Diários e Emissoras Associados, e mudou seu nome para Rádio Baré. O empresário comprou o Jornal do Commercio, e começou a gerir os dois negócios em conjunto. Em 1984, as duas empresas foram adquiridas pelo empresário Guilherme Aluizio de Oliveira Silva, proprietário dos dois veículos até hoje.

Quando adquiriu a emissora, Chateaubriand fez grandes investimentos, inclusive, no que diz respeito à contratação de profissionais, como Josué Cláudio de Souza, que, posteriormente, fundou a Rádio Difusora do Amazonas.

A Rádio Baré é considerada a escola do rádio amazonense, pois tinha o potencial de revelar e projetar talentos. Muitos dos profissionais que começaram suas carreiras na emissora foram contratados, posteriormente, pelas rádios Difusora do Amazonas e Rio Mar – suas principais concorrentes nos primeiros anos do rádio amazonense.

A Baré fez sucesso com formatos como o radioteatro, revelando nomes desse gênero, entre eles, Jerusa Santos e Rosa Maria, cujo nome verdadeiro era Dirce de Nazareth Rattes.

A partir dos anos 2000, ainda em Ondas Médias, a Rádio Baré veiculou a programação da Globo Manaus e da Rede Aleluia. Hoje, retransmite a CBN Amazônia, que pertence ao grupo Rede Amazônica (afiliado da Rede Globo).

A história da CBN no Amazonas começou com Ronaldo Tiradentes, ex-funcionário da Rede Amazônica e proprietário da Rede Tiradentes. Depois de uma disputa, a marca passou para o domínio da afiliada da Globo.

## **PROCESSO DE MIGRAÇÃO**

A Rádio Baré decidiu passar pelo processo para melhorar a qualidade de som, o alcance e a questão comercial. O pedido de autorização para migrar foi enviado ao governo federal no dia 5 de dezembro de 2013. A emissora começou suas operações em FM no dia 14 de novembro de 2016. A rádio investiu aproximadamente R\$ 2 milhões no processo de troca de outorga. Com a migração para o FM, foi preciso reformular a equipe e contratar profissionais experientes e conhecidos do público.

Como pode ser observado, a Rádio Baré detém o sinal pelo qual é transmitida a programação da CBN Amazônia. Isso implica afirmar que as respostas da Baré, em parte, dizem respeito à CBN Amazônia.

## CRITÉRIOS DE ANÁLISE

### Critério 1: Motivos por optar pela migração

- Busca por melhor qualidade de som e alcance;
- Por questões comerciais.

### Critério 2: Reestruturação organizacional

- Contratou novos profissionais de rádio e de mídias sociais;
- Contratou um editor exclusivo para o portal.

### Critério 3: Redefinição e estratégias de programação

- Inseriu novos programas na grade;
- Contratou profissionais já conhecidos do público local.

### Critério 4: Busca por audiência

- Criou novos programas;
- Reorganizou a grade de programação;
- Já estava em rede e se manteve.

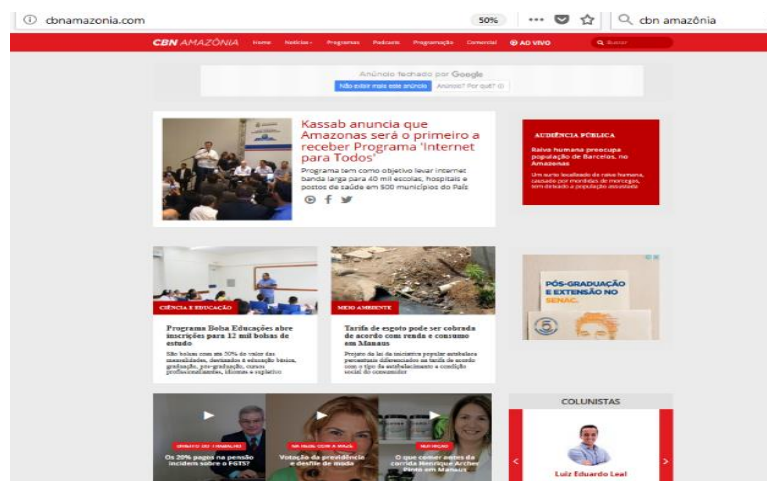
### Critério 5: Utilização de novas mídias agregadas ao rádio

- Intensificou a interação com os ouvintes por meio das mídias sociais.

## SITE INSTITUCIONAL

www.cbnamazonia.com

Figura 19 – Capa do site da Baré (CBN Amazônia)

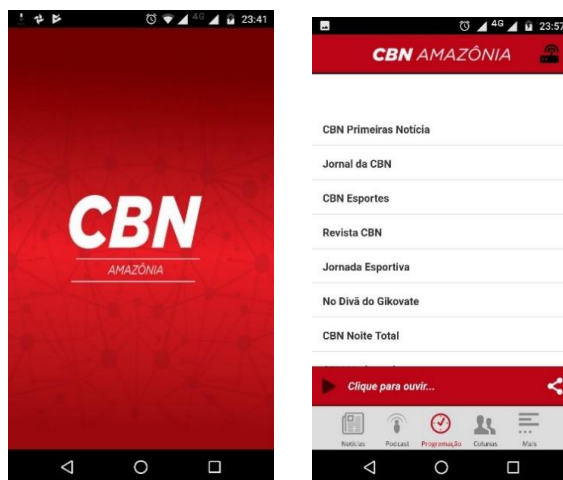


Fonte: Dados da pesquisa

## APLICATIVO MÓVEL

A emissora usa esse recurso.

Figura 20 – Interface do aplicativo móvel da Baré (CBN Amazônia)



Fonte: Dados da pesquisa

## REDES SOCIAIS

A emissora tem contas do Facebook e do Instagram.

Figura 21 – Capas do Facebook e do Instagram da Baré (CBN Amazônia)



Fonte: Dados da pesquisa

**RELATÓRIO DAS ENTREVISTAS – ESTUDO DE CASO**

**DADOS DA EMISSORA**

Município: Manacapuru/AM

Entidade: Rádio TV do Amazonas LDTA

Frequência AM: 820 – Classe AM: C

Frequência FM: 96,3 – Classe FM: B2

Segmento: Comercial

Publicação do termo aditivo: 09/11/2016

**PRINCESA DO SOLIMÕES**

A Rádio Princesa do Solimões foi inaugurada no dia 1º de setembro de 2002, na cidade de Manacapuru, no Amazonas. A data marca o 30º aniversário de fundação da TV Amazonas, emissora da Rede Amazônica – grupo que detém a outorga da rádio.

A outorga da emissora data de 26 de fevereiro de 1980, sendo que assinatura desse termo ocorreu no dia anterior a essa data. Dados da Anatel indicam que o contrato da rádio data de 9 de maio de 2000.

Até a migração, a emissora retransmitia a programação da Amazonas FM, outra rádio pertencente ao grupo Rede Amazônica. Com a migração, a emissora vai passar a ser uma retransmissora da Rádio Globo.

Como pode ser observado, há poucos registros históricos da rádio e, durante a pesquisa de campo, foram repassadas poucas informações sobre a trajetória da emissora. A maior parte dos dados foi obtida junto à Anatel.

## **PROCESSO DE MIGRAÇÃO**

A emissora foi contemplada pelo Ato de Nº 7.526 de 8 de setembro de 2014, da Anatel, que apresentou resultado dos estudos técnicos para a adaptação das outorgas de rádio AM para o FM em cinco estados da região Norte.

O Termo Aditivo de Outorga foi publicado no Diário Oficial da União no dia 9 de novembro de 2016. A autorização do uso da radiofrequência pela Rádio Princesa do Solimões foi publicada no DOU no dia 22 de maio de 2017.

Após a migração, a emissora passará a ser chamada de Globo Amazônia Manacapuru, sendo que a rádio terá apenas 4% da programação para inserção de conteúdo local, e que a programação de Manaus será a mesma de Manacapuru.

O estúdio da emissora será instalado na capital, embora a sede da rádio seja na cidade de Manacapuru. Nesse primeiro momento, a emissora estaria planejando a formação da equipe de profissionais que vai atuar na rádio.

O grupo Rede Amazônica decidiu colocar a rádio em rede após a migração por exigência da Rádio Globo.

## **CRITÉRIOS DE ANÁLISE**

### **Critério 1: Motivos por optar pela migração**

- Para modificar o modelo de negócio por meio da rede de rádios Globo;
- Para adequação ao padrão Globo.

### **Critério 2: Reestruturação organizacional**

- Pretende deixar a programação mais jovial e competitiva;
- Deve aderir à rede com a Rádio Globo;
- Vai alterar o nome.

### **Critério 3: Redefinição e estratégias de programação**

- Apostará em programas que já fazem sucesso;
- Tornará a programação mais musical;
- Adotará grade híbrida.

### **Critério 4: Busca por audiência**

- Fará adequações ao padrão Globo;
- Apostará em programas que já têm audiência;
- Fará adesão a campanhas do grupo Rede Amazônica.

### **Critério 5: Utilização de novas mídias agregadas ao rádio**

- Apostará em redes sociais;
- Utilizará as redes sociais para se aproximar do público.

### **SITE INSTITUCIONAL**

Ainda não dispõe de site.

### **APLICATIVO MÓVEL**

Ainda não dispõe de aplicativo móvel.

### **REDES SOCIAIS**

Ainda não dispõe de redes sociais.

### 8.3.5 Rádio Educação Rural de Tefé

## RELATÓRIO DAS ENTREVISTAS – ESTUDO DE CASO

### DADOS DA EMISSORA

Município: Tefé/AM

Entidade: Fundação Dom Joaquim

Frequência AM: 1.270 – Classe AM: B

Frequência FM: 93,9 – Classe FM: A4

Segmento: Comercial

Publicação do termo aditivo: 10/11/2016

### CONTEXTO HISTÓRICO

A Rádio Educação Rural de Tefé foi fundada no dia 15 de dezembro de 1962. Documento da Anatel indica que a outorga da emissora foi publicada no Diário Oficial da União no dia 14 de abril de 1962, sendo que a assinatura da outorga data do dia anterior.

A emissora surgiu a partir de um movimento de educação de base que oferecia aulas radiofônicas. Dessa forma, sua instalação teve duplo objetivo: além da disseminação de aulas por meio do rádio, nasceu para ajudar a Igreja Católica, que visava atingir todas as regiões que estão longe do centro de Tefé.

No início, operava em Ondas Médias e Tropicais, com o intuito de alcançar toda a região, chegando até uma média de 600 km. Aos poucos, a rádio foi se modificando, e o Estado passou a instalar escolas estaduais e municipais, na região.

Assim, as aulas radiofônicas da emissora foram perdendo sua importância. Essas transformações reverberaram na programação da rádio, que inseriu programas musicais, de notícias e de esportes.

A Rádio Educação Rural de Tefé está sob a gestão de uma diretoria criada pela fundação Dom Joaquim. A instituição realizou uma assembleia anual e outra extraordinária para discutir sobre a migração da rádio para a Frequência Modulada.



Os membros da diretoria decidiram pela migração e concluíram que era preciso conseguir os recursos financeiros necessários ao custeio do processo. Inicialmente, a rádio recorreu a instituições que costumam dar apoio financeiro à emissora. O auxílio veio da entidade Ajuda à Igreja que Sofre, em alemão: *Kirche in Not*.

A partir da garantia de que teria os recursos necessários à migração, a emissora fez orçamentos e levantamento dos equipamentos que deveriam compor a estrutura da rádio, como transmissor e antenas.

## **PROCESSO DE MIGRAÇÃO**

O Termo Aditivo de Adaptação de Outorga de AM para FM da rádio, sediada na cidade de Tefé, no Amazonas, foi assinado no dia 7 de novembro de 2016, por Dom Sergio Eduardo Castriani, arcebispo de Manaus. O documento foi publicado no DOU no dia 10 do mesmo mês daquele ano.

A rádio soube da possibilidade da migração do AM para o FM por meio dos comunicados feitos pelo governo federal. A emissora já tinha tentado conseguir uma outorga de FM, mas, por falta de recursos, não obteve sucesso.

O documento que autoriza o uso da radiofrequência foi publicado no Diário Oficial da União no dia 9 de maio de 2017. A Rádio Educação Rural de Tefé começou a operar na nova frequência 93,9 FM no início de 2017. A emissora planeja promover um lançamento oficial da nova frequência no início de 2018.

Nesse período, a rádio ainda mantém ligados os sinais de Ondas Médias e Tropicais, e faz adaptações técnicas para desligar definitivamente o *dial* AM.

## **CRITÉRIOS DE ANÁLISE**

### **Critério 1: Motivos por optar pela migração**

- Melhorar a qualidade de som;
- Fomentar a atração de patrocínio;
- Despesa menor que uma nova concessão em FM.

## Critério 2: Reestruturação organizacional

- Abriu espaço para programas de patrocinadores.

## Critério 3: Redefinição e estratégias de programação

- Já conta com programas patrocinados.

## Critério 4: Busca por audiência

- Passou a atrair novos ouvintes no município e nas cidades adjacentes.

## Critério 5: Utilização de novas mídias agregadas ao rádio

- Está em fase de organização.

## SITE INSTITUCIONAL

www.radoruraltefe.com.br

Figura 22 – Capa do site da Educação Rural de Tefé



Fonte: Dados da pesquisa

## APLICATIVO MÓVEL

Ainda não dispõe de aplicativo móvel.

## REDES SOCIAIS

A emissora tem conta no Facebook.

**Figura 23** – Capa do Facebook da Educação Rural de Tefé



Fonte: Dados da pesquisa

### 8.4 Investimentos na Migração AM para FM

No que diz respeito aos valores investidos na migração, estes variaram de R\$ 329 mil a R\$ 2 milhões. Nesses números, estão inseridos os valores das outorgas, além dos investimentos com a infraestrutura física e equipamentos de transmissão. Os valores das

outorgas foram definidos em tabela instituída pela Anatel, tendo como base os indicadores econômicos de cada município.

**Gráfico 3 - Investimentos dos radiodifusores na migração AM FM**



Fonte: ANATEL, 2017

Apesar de não terem fornecido valores, os gestores das rádios Rio Mar e da Band News Difusora informaram que o faturamento já cresceu, em média, de 20% a 40%, após a migração. O superintendente da Rádio Rio Mar, padre Charles Cunha, confirmou a melhora do faturamento da emissora e acredita que isso tende a se consolidar após a recuperação econômica do País, cuja crise financeira se arrasta desde meados de 2014. Ele atribui a melhora dos investimentos publicitários à credibilidade que a emissora tem junto a seus públicos.

Já tivemos aí um acréscimo significativo no nosso faturamento, apesar de toda a crise que o País enfrenta. Isso nos abre a perspectiva de que esse faturamento tende a crescer mediante a passagem dessa crise, e, quando o mercado realmente estiver mais aquecido, acreditamos que o faturamento crescerá ainda mais na Rio Mar, pelo fato de a rádio ser uma marca que inspira credibilidade. E, é claro, um parceiro, ao perceber isso, vai querer atrelar a marca do seu produto a um emissora que transmite, que comunica credibilidade (SILVA, 2017).

O locutor Valdir Correia de Melo, que também atua como diretor-administrativo da Rádio Difusora do Amazonas, relatou que a migração representou um salto em tecnologia, com a aquisição de novos equipamentos. Isso repercutiu na qualidade do som e no aumento do faturamento. Melo (2017) mencionou que a rádio já contava com a estrutura do Palácio do Comércio, um edifício de 20 andares, no Centro de Manaus. Também já tinha estúdios em *stand by*, um *casting* de locutores, entre outros recursos, que otimizaram a montagem da nova rádio.

Para Melo (2017), a migração representa benefícios aos proprietários da Rádio Difusora do Amazonas, aos profissionais da emissora e ao governo que, dessa forma, poderá expandir sua arrecadação de impostos. Ele comparou as duas emissoras de rádio da empresa, destacando que o canal que já operava em FM acabava arcando com as despesas da rádio AM, o que era considerado um mal negócio para todos os envolvidos.

A outra rádio não vendia nada. Estava dando prejuízo. Nós tínhamos um fardo, lamentavelmente. E a Difusora, por vários motivos, até emocionais e tal, mantinha vários profissionais, que, mesmo fechando no vermelho na AM, nós segurávamos. Por esse lado, nunca reagimos como empresa. Usamos mais o lado humano, amigo, mesmo dando prejuízo, nós segurávamos alguns profissionais na AM, que nem era mais para estar no ar (MELO, 2017).

O gestor da Rádio Educação Rural de Tefé, Thomas Schwamborn, mencionou que o alcance da emissora melhorou e que, por isso, a rádio passou a receber propostas de anunciantes de municípios vizinhos a Tefé, entre eles, as prefeituras de Alvarães, Uarini e de Maraã. Os patrocínios aumentaram o faturamento da emissora em 20%, o que é fundamental para a manutenção dos principais custos mensais da rádio: folha de pagamento de funcionários e conta de energia. Quando atuava no AM, a emissora sobrevivia apenas de doações e, em alguns momentos, chegava a solicitar apoio financeiro de fora do município.

O que conseguimos são alguns contratos com as prefeituras, até de Tefé e outras prefeituras vizinhas, que agora se interessam em colocar algum patrocínio na nossa rádio. É uma receita muito válida, porque, apenas com o comercial do mercado de Tefé, não temos como pagar funcionários e a energia elétrica, que são as maiores despesas, além do equipamento, conserto e manutenção (SCHWAMBORN, 2017).

Sem mencionar valores ou percentuais, a Rádio Baré (CBN Amazônia) também sinalizou que houve aumento do faturamento após a migração. Melhorar os investimentos

publicitários estava entre os principais objetivos da emissora, que também almejava melhorar a qualidade de som e o alcance do seu sinal de transmissão – situação dificultada quando a rádio operava na Amplitude Modulada. A Baré atribui essa questão ao fato de que, em Manaus, poucas pessoas ainda tinham o hábito de ouvir rádio AM.

No geral, depois da migração, todas as emissoras melhoraram seu faturamento. A qualidade do som, o aumento gradativo da audiência e toda a divulgação envolvendo a modernização das rádios contribuíram com os resultados. A médio e longo prazo, os investimentos realizados na mudança de outorga e na reorganização das estratégias poderão trazer o retorno financeiro que os setores comerciais das empresas esperam e, conseqüentemente, as rádios poderão garantir sua sobrevivência.

## **8.5 Análises e resultados observados**

Seguindo o estímulo do decreto de migração, parte das emissoras do Amazonas está modernizando seu sistema de transmissão. Metade das 24 rádios que operam no AM solicitaram a migração para FM. Desse total, cinco já concluíram o processo. Como pode ser observado, uma parcela significativa não conseguiu adequar-se às exigências do Decreto 8.139, de 7 de novembro de 2013.

A falta de recursos financeiros e de financiamento representou entraves para as emissoras, que enfrentam, ainda, distâncias geográficas e outros problemas de logística, além de ineficiências das telecomunicações, em meio à floresta. Mesmo diante dessas dificuldades, o rádio no Amazonas tem mostrado força ao se inserir no processo de reinvenção, seja por meio dessa migração ou de outros formatos, a depender da localidade.

No sistema Mosaico<sup>67</sup>, da Anatel, quando se filtra a busca pela sigla FM, aparecem 7.453 registros para todo o Brasil, considerando que nesse resultado estão incluídas as emissoras em operação e os canais vagos. Quando a pesquisa se restringe à sigla OM (Ondas Médias), o sistema mostra 2.166 resultados, o que também inclui as rádios ativas e os canais vagos.

---

<sup>67</sup> ANATEL. Rádios Outorgadas no Amazonas. Disponível em: <http://sistemas.anatel.gov.br/se/public/view/b/srd.php>. Acesso em 12 out 2017.

Com base no Mosaico, o Amazonas tem 65 emissoras de rádio ativas, sendo 24 AMs e 41 FMs. Manaus conta com 21 emissoras: 17 operando em FM e quatro em OM. Os municípios de Alvarães, Anori, Atalaia do Norte, Autazes, Barreirinha, Benjamin Constant, Careiro, Fonte Boa, Iranduba, Maués, Presidente Figueiredo, São Gabriel da Cachoeira e Tabatinga têm uma emissora de rádio FM em operação, cada. As cidades de Coari, Itacoatiara, Manacapuru e Parintins têm duas emissoras operando em Frequência Modulada, e a cidade de Tefé tem três emissoras ativas nessa modalidade.

**Tabela 3 - Rádios do Amazonas - FMs – 2017**

<b>RÁDIOS DO AMAZONAS - FMs - 2017</b>					
<b>Ordem</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Município</b>	<b>Frequência</b>	<b>Finalidade</b>	<b>Serviço</b>
1	1	Alvarães	91.7	Comercial	FM
2	1	Anori	88.5	Comercial	FM
3	1	Atalaia do Norte	99.9	Educativo	FM
4	1	Autazes	89.1	Comercial	FM
5	1	Barreirinha	88.5	Comercial	FM
6	1	Benjamin Constant	97.9	Comercial	FM
7	1	Careiro	103.3	Comercial	FM
8	2	Coari	89.5	Comercial	FM
9		Coari	97.9	Comercial	FM
10	1	Fonte Boa	88.5	Comercial	FM
11	1	Iranduba	91.5	Comercial	FM
12	2	Itacoatiara	94.5	Comercial	FM
13		Itacoatiara	95.3	Comercial	FM
14	2	Manacapuru	102.1	Comercial	FM
15		Manacapuru	96.3	Comercial	FM
16	17	Manaus	89.7	Comercial	FM
17		Manaus	93.1	Comercial	FM
18		Manaus	94.3	Comercial	FM
19		Manaus	95.1	Comercial	FM
20		Manaus	96.9	Comercial	FM
21		Manaus	99.3	Comercial	FM

RÁDIOS DO AMAZONAS - FMs – 2017 (continuação)					
22		Manaus	100.7	Comercial	FM
23		Manaus	101.5	Comercial	FM
24		Manaus	104.1	Comercial	FM
25		Manaus	106.9	Educativo	FM
26		Manaus	107.9	Educativo	FM
27		Manaus	97.7	Educativo	FM
28		Manaus	99.9	Educativo	FM
29		Manaus	93.7	Comercial	FM
30		Manaus	95.7	Comercial	FM
31		Manaus	103.5	Comercial	FM
32		Manaus	98.3	Educativo	FM
33	1	Maués	97.9	Comercial	FM
34		Parintins	92.9	Comercial	FM
35	2	Parintins	100.1	Comercial	FM
36	1	Presidente Figueiredo	98.1	Comercial	FM
37	1	São Gabriel da Cachoeira	92.7	Comercial	FM
38	1	Tabatinga	96.1	Educativo	FM
39		Tefé	90.1	Comercial	FM
40	3	Tefé	101.7	Comercial	FM
41		Tefé	93.9	Comercial	FM

Fonte: ANATEL, 2017

Das 24 emissoras que operam em OM, as cidades de Anori, Boca do Acre, Carauari, Borba, Humaitá, Iranduba, Itacoatiara, Manicoré, Santo Antônio do Içá, Tabatinga e Tefé têm uma estação, cada. Os municípios de Manacapuru, Maués e São Gabriel da Cachoeira têm duas emissoras, cada, e a cidade de Parintins tem três.



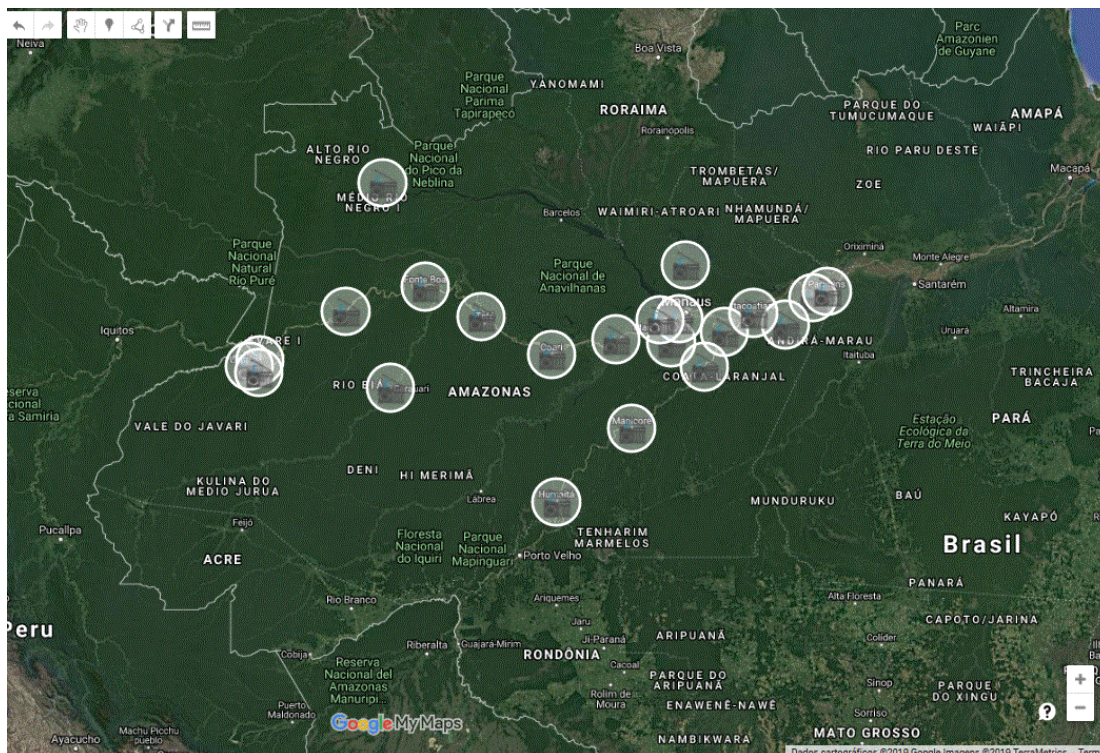
**Tabela 4 - Rádios do Amazonas - AMs – 2017**

RÁDIOS DO AMAZONAS - AMs - 2017					
Ordem	Qtd.	Município	Frequência	Finalidade	Serviço
1	1	Anori	1170	Comercial	OM
2	1	Boca do Acre	1160	Comercial	OM
3	1	Carauari	1170	Comercial	OM
4	1	Borba	1160	Comercial	OM
5	1	Humaitá	670	Comercial	OM
6	1	Irlanduba	610	Comercial	OM
7	1	Itacoatiara	720	Comercial	OM
8	2	Manacapuru	820	Comercial	OM
9		Manacapuru	870	Comercial	OM
10	4	Manaus	540	Comercial	OM
11		Manaus	930	Comercial	OM
12		Manaus	1180	Comercial	OM
13		Manaus	1290	Comercial	OM
14	1	Manicoré	840	Comercial	OM
15	2	Maués	990	Comercial	OM
16		Maués	1170	Comercial	OM
17	3	Parintins	570	Comercial	OM
18		Parintins	1380	Comercial	OM
19		Parintins	1460	Comercial	OM
20	1	Santo Antônio do Içá	640	Comercial	OM
21	2	São Gabriel da Cachoeira	600	Comercial	OM
22		São Gabriel da Cachoeira	880	Comercial	OM
23	1	Tabatinga	670	Comercial	OM
24	1	Tefé	1270	Comercial	OM

Fonte: ANATEL, 2017

Do total de emissoras FMs do Amazonas, sete são educativas, e as demais (41) são comerciais. Todas as rádios que estão operando em Ondas Médias são comerciais. A seguir, o mapa apresenta os municípios do Amazonas que contam com emissoras de rádio com outorgas ativas.

**Figura 24 - Mapa do Amazonas: municípios que possuem rádios com outorgas ativas**

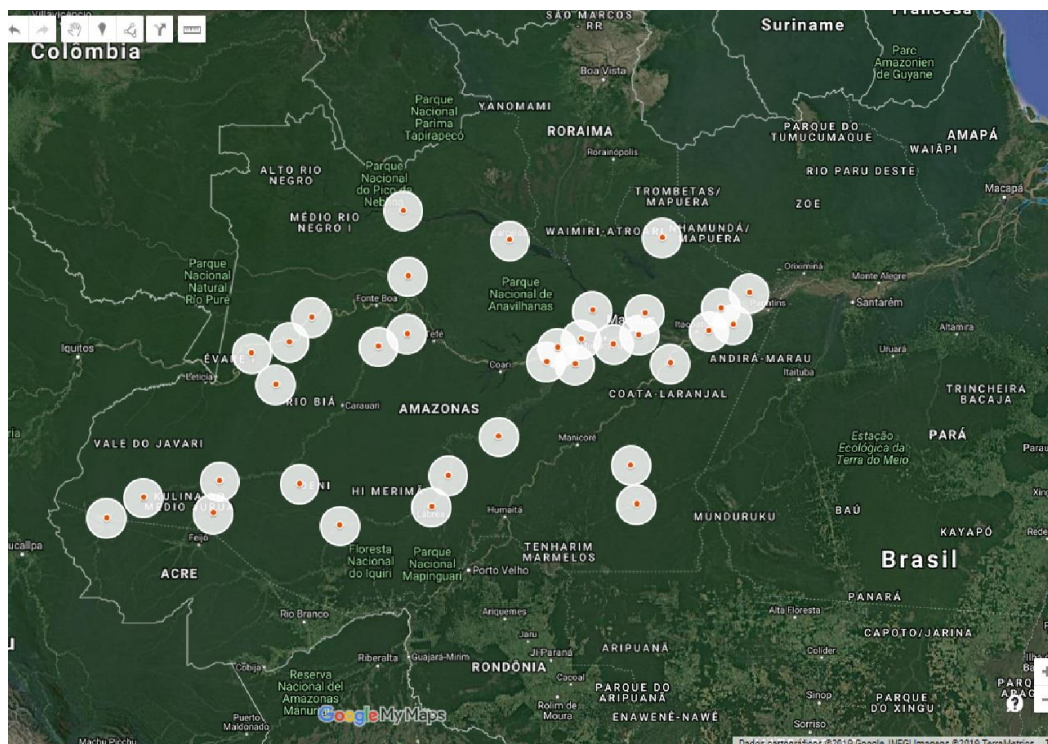


Fonte: Anatel, 2017<sup>68</sup>

Os dados do Mosaico indicam que, dos 62 municípios que compõem o Amazonas, 37 não têm emissoras de rádio em operação, embora haja canais disponíveis, conforme apresentado no mapa abaixo. As cidades que não têm emissoras outorgadas são: Amaturá, Anamá, Apuí, Barcelos, Beruri, Eirunepé, Envira, Guajará, Ipixuna, Itamarati, Itapiranga, Japurá, Nova Olinda do Norte, Novo Airão, Novo Aripuanã, Pauini, Rio Preto da Eva, São Paulo de Olivença, São Sebastião do Uatumã, Boa Vista do Ramos, Caapiranga, Canutama, Careiro da Várzea, Codajás, Juruá, Jutai, Lábrea, Manaquiri, Maraã, Nhamundá, Silves, Santa Izabel do Rio Negro, Tapauá, Tonantins, Uarini, Uruará e Urucurituba.

<sup>68</sup> GOOGLE, INC. GoogleMaps. Mapa do Amazonas com indicação dos municípios que contém emissoras de rádio com outorgas ativas. Disponível em [https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?hl=pt-BR&mid=1SrMhiX10utAjSgw7\\_OFxB9OCZOnQhVeZ&ll=-3.9508460447555214%2C-66.74708458876341&z=5](https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?hl=pt-BR&mid=1SrMhiX10utAjSgw7_OFxB9OCZOnQhVeZ&ll=-3.9508460447555214%2C-66.74708458876341&z=5). Acesso em 11 ago 2017.

**Figura 25 – Mapa do Amazonas: municípios sem rádios com outorgas ativas**



**Fonte:** Anatel, 2017<sup>69</sup>

O Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) divulgou que 12 emissoras do Amazonas solicitaram migração para FM. São elas: em Manaus, a Empresa Brasil de Comunicação S.A (EBC), Fundação Boas Novas (FBN), Rádio Baré (CBN Amazônia), Rádio Difusora do Amazonas e a Rádio Rio Mar LTDA; no município de Tefé, a Fundação Dom Joaquim (Rádio Educação Rural de Tefé); no município de Parintins, a Fundação Evangelli Nuntiandi e a Rádio Clube de Parintins; no município de Itacoatiara, a Rádio Difusora de Itacoatiara; no município de Manacapuru, a Rádio Jutanópolis de Manacapuru LTDA. e a Rádio TV do Amazonas (Princesa do Solimões); no município de Humaitá, a Rádio Vale do Rio Madeira.

Para obter melhores resultados sobre os impactos da migração no Estado, esta pesquisa voltou seu enfoque para as emissoras que já concluíram o processo de transição, que consiste na devolução da outorga de AM para obtenção do direito de usar a outorga de FM.

<sup>69</sup> GOOGLE, INC. GoogleMaps. Mapa do Amazonas com indicação dos 37 municípios que não contam com emissoras de rádio com outorgas ativas. Disponível em <https://www.google.com/maps/d/u/1/edit?mid=15AZIK3uQqOI-XggpmZX0rOAI0OoMu1G&il=-1.612931952006706%2C-69.07633564454977&z=4>. Acesso em 11 ago 2017.

### 8.5.1 Motivos que levaram à migração

Os radiodifusores são unânimes em afirmar que a migração era necessária por representar perspectivas de melhoras na área. Diante do cenário de atraso tecnológico em que várias emissoras amazonenses estavam inseridas, a migração surgiu como alternativa de modernização das rádios. Antes do decreto de migração ser publicado, algumas emissoras, como a Rádio Rural de Tefé, tentaram conseguir uma outorga de FM, mas não obtiveram sucesso.

Nós até solicitamos uma FM educativa alguns anos atrás, só que não tínhamos recursos para concorrer a uma licitação do Ministério das Comunicações, e aí, quando veio a notícia da migração, para nós, foi muito bom, porque apesar de ser muita despesa para uma migração, era menor do que concorrer a uma FM com outras empresas que têm muito mais dinheiro do que nós (SCHWAMBORN, 2017).

A migração melhorou a qualidade de som da emissora, que agora pode concorrer, em igualdade, com outras rádios da região. Quando a Rádio Educação Rural de Tefé transmitia em Amplitude Modulada, recebia reclamações dos ouvintes, mas estava impossibilitada de atender aos anseios da audiência, uma vez que as Ondas Médias não tinham condições de atingir esse objetivo.

Para nós, foi um sonho realizado de poder passar para uma FM, porque aqui em Tefé tem outras duas FMs: uma era antigamente na Rádio Nacional e foi comprada por um empresário, e a outra é a Alternativa FM, que, na verdade, é de Alvarães, município vizinho, mas eles colocaram um estúdio e estão transmitindo aqui para Tefé. Então, nós sempre ficamos com nossa programação, mas, na parte de patrocínio e comercial, ficamos atrás (SCHWAMBORN, 2017).

Com a migração, a rádio passou a alcançar o público que nutre interesse pela programação da emissora. Assim, a migração teve o intuito de “melhorar a qualidade, porque a Onda Média, queira ou não, tinha muito barulho e não tinha qualidade de som como as outras rádios, pois havia muita interferência” (SCHWAMBORN, 2017).

Para a Rádio Educação Rural de Tefé, a migração superou as expectativas, já que a Frequência Modulada ultrapassou as linhas geográficas do município em que a rádio está instalada, e agora pode ser sintonizada em cidades vizinhas.

Ponto positivo é a melhor qualidade de som, o que atrai mais a população para ouvir a rádio, principalmente quem gosta de acompanhar a programação da Rádio Rural. Não houve reclamação de ninguém. Nós temos uma audiência de gente que escutava nossa rádio pela Onda Média e agora está ouvindo pela FM, e tem povo que escuta pela Onda Tropical e continua como antes (SCHWAMBORN, 2017).

Para a Rádio Difusora do Amazonas, a migração representou um presente, que ao mesmo tempo provocou as lágrimas do sentimento de perda. Esse entendimento é com base na história do rádio amazonense, que começou com as emissoras em Ondas Médias e Tropicais.

Nesse sentido, a extinção das Ondas Médias no Estado é comparada à perda de um familiar. “Vai ver que nós perdemos a mãe ou o pai, ou o avô. E surgiu a Nova FM. Nessa migração, a gente perde um parente, perde a AM, a mãe de tudo. Isso a gente sente, porque veio lá de trás” (MELO, 2017).

Pelo lado comercial, a migração para o FM somou ao patrimônio da Rádio Difusora do Amazonas, já que não é fácil conquistar uma outorga de Frequência Modulada. A publicidade investida na emissora que estava sendo mantida na Amplitude Modulada não cobria as despesas. Assim, antes da migração, quem assumia as contas era a outra rádio da empresa que já nasceu operando na FM.

Muitos programas eram retransmitidos. A gente mantinha por uma questão de tradição. Mesmo dando prejuízo, a Difusora mantinha. A gente devia pedir uma licença e tal, mas em respeito a alguns ouvintes, adiávamos. E era chegada o momento da troca. Quando veio a troca, você passou a ter duas Ferraris, porque até então você tinha uma Ferrari e um Fusca. Mas, esse Fusca nos levou para muitos lugares: você não pode esquecer (MELO, 2017).

No caso da Rádio Baré, a migração representou a melhora da qualidade de som, do alcance e do faturamento. A partir da migração, a CBN Amazônia, que usa o sinal da Baré, pode promover mudanças significativas, que começaram com a reformulação das

equipes de profissionais que se dirigem diretamente ao público, até como estratégia de engajamento da audiência. Também reformulou a grade de programação.

Ao destacar os motivos que impulsionaram a migração da Rádio Rio Mar, Charles Cunha da Silva afirmou que a mudança era necessária para adequação da tecnologia de transmissão ao perfil dos manauenses que vivem em meio às intensas variações comuns à pós-modernidade manifestada na capital.

A migração, para nós, não era uma questão de escolha, era uma questão de sobrevivência. Por isso que não titubeamos em fazer a migração, porque o mercado exige. O mercado de Manaus exige que as pessoas tenham cultura FM. Os jovens escutam FM. Sendo assim, não teria nenhum cabimento não migrar para FM (SILVAa, 2017).

A cultura urbana certamente é o lugar de pertencimento da Frequência Modulada. Sem a intenção de querer desprezar a Onda Média – porque seria até leviano descartar todas as suas contribuições para o desenvolvimento das cidades amazonenses – é preciso destacar que a estrutura urbana, tomada por construções verticais, é convidativa para o FM. O diretor-administrativo da Rádio Rio Mar, Alberto Nascimento, explica como essa simbiose entre o urbano e a FM faz diferença, na prática.

A mudança de AM para FM eu vejo como sinal muito positivo, porque a AM tinha uma dificuldade muito grande de sintonia. Para você sintonizar a AM em veículos, era muito difícil. Já a Frequência Modulada (FM), não: você sintoniza tranquilamente nos veículos, em celulares. Então, agora há essa facilidade de o público em geral sintonizar a emissora (CONCEIÇÃO, 2017)

Genival José de Paula, engenheiro eletricista que participou do processo de adaptação da Rádio Difusora do Amazonas às exigências da migração, apresenta uma série de constatações que corroboram com o entendimento de Conceição (2017). Essas diferenças entre FM e AM podem explicar a razão de a Frequência Modulada ser mais apropriada para centros urbanos. Uma delas tem relação com a mobilidade.

Se você, por exemplo, for sintonizar teu rádio lá no teu carro, e você for andando, e passar por um túnel, a sua recepção some. Ela sofre interferências, em virtude desse tipo de geografia. E outra coisa: você passa embaixo da rede de alta tensão, ela sofre interferência. Então, o chiado sobe (PAULA, 2017).

Outra questão refere-se às instalações das antenas de AM e FM. A tecnologia de Frequência Modulada exige que sua antena seja instalada em lugares mais elevados, em espaços que ultrapassem as alturas das construções das cidades, como prédios. Dessa forma, o sinal é emitido de cima para baixo, permitindo que o som seja distribuído aos receptores com qualidade.

Se você for montar uma rádio FM, você pode ter um prédio, e a tua antena FM fica lá em cima do prédio. Basta que você tenha uma torre. E a antena de FM, se você olhar, é bem reduzida, justamente pela faixa de frequência que é mais alta. Quanto mais alta a frequência, mais as antenas vão se tornando menores (PAULA, 2017).

Diferente do FM, o sinal da Amplitude Modulada Onda Média é emitido de baixo para cima, comprometendo sua propagação nos locais em que há muitas construções típicas de áreas urbanas. Além disso, a OM exige um espaço geográfico de grandes dimensões para a instalação de sua estrutura de transmissão.

Se você for olhar o campo de antena de uma estação AM, percebe que tem que ter um espaço muito grande. Se visitar a Difusora, por exemplo, você vai ver onde ficam as antenas: é um campo, é um terreno grande, porque as características das antenas de AM requerem dimensões daquele tipo (PAULA, 2017).

A propagação da Onda Média depende, ainda, da qualidade do solo e, conseqüentemente, dos obstáculos que encontrará no caminho. Assim, o solo pobre em condutividade compromete a distância que uma AM pode alcançar. Paula (2017) afirma que a onda de rádio do tipo Amplitude Modulada Onda Média tem os componentes vetoriais terrestre e aéreo. O terrestre é relacionado com o solo.

A Onda Média se propaga a partir do transmissor da antena dela, ao longo da terra. Parte da propagação dela está relacionada com o solo, e ela está relacionada com a distância, em virtude da potência. Essa distância está relacionada, inclusive, com a região. O solo influencia muito em propagação de AM. Por isso que ela não vai tão longe e ela é própria para você atingir apenas zona urbana e, no máximo, rural (PAULA, 2017).

Quando explica que as Ondas Médias são adequadas para zonas urbanas e rurais, Paula (2017) apresenta uma outra informação importante sobre a OM: nem sempre consegue alcançar localidades remotas, como se imaginava. Sendo assim, em alguns

casos, as modulações que se propagam pela floresta amazônica, por exemplo, são Ondas Curtas (OCs) ou Ondas Tropicais (OTs).

A nossa AM não atinge os ribeirinhos. O que atinge os ribeirinhos é a Onda Tropical. OM tem um limite muito grande mesmo. Então, essas cidades ao longo das calhas dos rios não recebem nossa AM, de nenhuma AM daqui. Elas recebem a Onda Tropical, a Onda Curta da Rio Mar (PAULA, 2017).

Como as OCs têm alcance mundial, algumas regiões do Amazonas que não têm cobertura de radiodifusão sonora em OM e FM acabam sintonizando outras rádios, entre elas, colombianas e equatorianas. A questão é que hoje em dia a maioria dos aparelhos de rádio não tem faixa para recepção de OT e OC, embora ainda seja possível encontrar esse tipo de rádio no Centro de Manaus.

Paula (2017) acredita que, com o avanço da tecnologia, as OCs e OTs têm perdido espaço no Amazonas, uma vez que há pouco interesse em investir nesse tipo de transmissão. Atualmente, é comum que as emissoras de OT retransmitam a programação que a FM está transmitindo. Assim, elas ainda são sintonizadas em diferentes partes do Brasil.

A Frequência Modulada independe do solo, por ser mais diretiva. Em condições normais de solo, a comparação entre a propagação das ondas de rádio OM e FM depende da potência de cada uma delas. Paula (2017) acredita ser relativo, no caso do Amazonas, inferir que OM tenha alcance superior ou inferior ao de FM.

Nossa rádio AM tinha 10 kW de potência irradiável. A nossa FM também. Só que ela atinge Presidente Figueiredo, Rio Preto da Eva e Manacapuru. A AM, você aqui no Rio Ariáú, não escuta mais com a mesma potência. Isso não é bem uma afirmativa que a AM vai mais longe. Depende muito da condição de instalação. A gente tinha uma AM aqui chamada RBN. Ficava na Cidade Nova. Só que naquele local era muito ruim a instalação. Resultado: distância muito curta. Região de propagação muito ruim. É muito relativo essa afirmativa (PAULA, 2017).

A instabilidade do sinal é outro problema da OM, nas grandes cidades. Até um liquidificador em funcionamento pode provocar ruídos na recepção da Onda Média. Já a tecnologia de Frequência Modulada não é afetada por interferências eletromagnéticas. “A FM é imune a esse tipo de interferência, e como tem um tipo de emissão que é quase diretivo, não sofre tanto interferências com o terreno e outras coisas mais que a AM sofre” (PAULA, 2017).



O principal problema do uso da OM nos centros urbanos é a qualidade do som, já que a grande maioria dos moradores desses espaços já dispõe de suportes que garantem acesso a emissoras de várias partes do mundo. “Foi isso que levou os radiodifusores a solicitar do Ministério das Comunicações uma solução para o AM” (PAULA, 2017).

A questão da qualidade do som fica mais evidente quando, nos aparelhos de rádio, são reproduzidas músicas, especialmente se as canções forem compostas de várias frequências (altas, médias e baixas). Os sons exigem um sistema que reproduza essas frequências.

Aí, vieram os problemas da AM. A AM é o que nós chamamos de uma faixa de frequência muito limitada. Então, algumas coisas que você reproduz no disco não aparecem na AM. A Frequência Modulada aumentou a qualidade da música. Você nota logo a diferença. Há frequências que são produzidas no disco e o sistema de FM permite transmitir, e o receptor receber. A AM, não; a AM corta (PAULA, 2017).

No espectro eletromagnético – onde estão distribuídas as faixas de frequência – a Frequência Modulada está locada na faixa de VHF, frequência muito alta. Paula (2017) explica que essa faixa é usada para estabelecer comunicação com as torres de controle dos aviões, isso porque a técnica escolhida para circulação de informações em VHF foi a FM, pelas características dessa frequência, que é imune a ruídos. “As interferências que a Amplitude Modulada sofre, ela não sofre. O próprio sistema é assim” (PAULA, 2017).

Desse modo, reforça-se que a qualidade do som foi decisiva para que os radiodifusores pressionassem o governo federal que, em resposta, publicou o decreto de migração. As emissoras que decidiram migrar precisaram adequar seu suporte de transmissão, já que a infraestrutura do AM é totalmente incompatível com a do FM.

Com a migração, os radiodifusores constataram que a qualidade de som do FM melhorou a audiência e a imagem das emissoras junto aos patrocinadores. De fato, conforme já destacado por Ferraretto (2007), a qualidade do som da Frequência Modulada é superior à da Amplitude Modulada. Assim, a modulação FM representa um passo importante da modernização aguardada pelos empresários da radiodifusão sonora amazonense.

A modernização das emissoras de rádio do País insere o Brasil no contexto dos países que podem avançar para a adoção do sistema de rádio digital. A discussão em torno da modernização do sistema de transmissão se estende desde os anos 1988 (BIANCO, 2016, p. 298).

No início dos anos 2000, entidades ligadas à radiodifusão sonora, como o Grupo de Rádio e Mídia Sonora da Intercom, começam a se inteirar dessa situação e a acompanhar, realizando estudos de impacto, críticas aos resultados dos testes para o SBRD e sugestões quanto aos critérios necessários à segurança e sustentabilidade do sistema de rádio digital a ser adotado no Brasil.

A partir disso, o governo passou a se utilizar da legislação para organizar o processo de modernização das emissoras. A primeira, do conjunto de normas publicadas pelo governo, foi a Portaria Nº 290/2010, de 31 de março de 2010, que estabeleceu os critérios da implantação do SBRD (BIANCO, 2016). A partir dessa portaria, foram instituídos critérios quando à função do sistema, formas de regionalização do modelo, critérios técnicos, entre outros objetivos.

Depois de realizar testes e verificar que as rádios do Brasil não estavam preparadas para terem sua programação inserida no SBRD, o governo federal se utilizou novamente da legislação e baixou o Decreto 8.139, de 7 de novembro de 2013, que desburocratizou e motivou a aceleração da migração das emissoras que ainda operam em AM Ondas Médias.

Evidente que para tornar o processo padronizado em todo o País, o MCTIC e a Anatel se utilizaram da legislação que regulamenta a Frequência Modulada: a Resolução Nº 67 de 12 de novembro de 1998. Esse regulamento disciplina a utilização da faixa de 87,8 MHz a 108 MHz. Entre os critérios estabelecidos pela Anatel, nesta resolução, está, a oferta de serviço com boa qualidade de reprodução e recepção e sem interferências.

O próprio decreto de migração é um instrumento regulador do processo. Como principal dispositivo da mudança, reúne diretrizes a serem seguidas pelo radiodifusores, além de informações técnicas sobre os procedimentos gerais a serem adotados. Também retoma a legislação da área, como o Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963 – que regulamenta os serviços de radiodifusão.

Com a migração, as emissoras também criaram expectativa quanto às possibilidades que vão além da sobrevivência. Operando em FM, as rádios podem estar presentes nos aplicativos móveis, segmentar a programação e convergir para redes radiofônicas. A reformulação do negócio, nesse sentido, representou um passo complexo rumo ao aumento do faturamento das emissoras. Complexo no sentido de que houve investimento financeiro e de expectativas quanto aos resultados.

E a minha esperança é essa, que com essa migração o nosso faturamento melhore, para que nós possamos enfrentar a crise que estamos vivendo. Vamos admitir que, levando em consideração os investimentos que tivemos, nós estamos no ponto de equilíbrio; não estamos no verde absoluto, mas também, graças a Deus, não mergulhamos no vermelho (SOUZA FILHO, 2017).

O aumento do faturamento também se concretizou, uma vez que toda a infraestrutura montada, somada à qualidade do FM, impulsionou investimentos publicitários. Nas emissoras migrantes, o faturamento aumentou até 40% após a mudança para o FM. Com isso, as rádios que passaram pelo processo estão conquistando o principal motivo que impulsionou a mudança de modulação: a sobrevivência.

O crescimento do patrocínio é proporcional ao aumento da audiência, que é responsável “pela atração dos anunciantes” (FERRARETTO, 2007, p. 102). À medida em que a qualidade das emissoras melhora, a audiência cresce. Além da melhora da qualidade do som, o alcance das rádios que mudaram para Frequência Modulada contribuiu para essa expansão do público ouvinte.

Quando se reuniu com radiodifusores do Amazonas para explicar as etapas e exigências da migração, a Anatel apresentou um modelo de carta, para que as emissoras pudessem se manifestar, indicando a faixa de frequência de sua preferência.

No entanto, os radiodifusores amazonenses realizaram reunião própria, na sede do Jornal do Commercio, onde redefiniram as frequências que seriam solicitadas por cada um deles, com a justificativa de que não houvesse repetição nos pedidos feitos junto ao Ministério das Comunicações.

O passo seguinte foi ir ao ministério informar as frequências de preferência de cada um. No entanto, MCTIC informou que estabeleceria as frequências para cada região. E assim o fez. O ministério foi convocando as emissoras para assinarem seus respectivos termos aditivos referentes às frequências em que transmitiriam sua programação em FM.

A partir da assinatura do contrato, as emissoras têm um prazo para apresentação do projeto técnico de instalação e uso do equipamento. A instalação deve seguir as condições técnicas definidas pela outorga concedida à emissora: a potência, o número do

canal, entre outras. A adequação da emissora a essas questões envolve investimento em mão de obra especializada.

Paula (2017) explica que os engenheiros fazem o projeto conforme estipulado pela outorga, indicando, entre outras questões, qual transmissor e que tipo de antena serão usados na instalação; onde a antena e o transmissor serão instalados; se o transmissor será nacional ou importado; a altura da antena; distância entre o transmissor e a antena; localização do estúdio; se a emissora terá estúdio de transmissão e estúdio reserva.

Depois de formulado, o projeto técnico é enviado ao MCTIC, que poderá solicitar adequações. Após a aprovação do projeto, a emissora realiza a instalação dos equipamentos. A empresa informa o Ministério das Comunicações, que autoriza a emissão do boleto da outorga, a ser pago em parcela única. O MCTIC autoriza a emissora a entrar em operação.

O Ministério das Comunicações te autoriza a frequência, você pagar uma taxa, mas a Anatel também cobra uma taxa para você usar o espectro. A autorização do Ministério das Comunicações sai em portaria. Você junta tudo e encaminha para a Anatel, solicitando autorização de uso de radiofrequência de acordo com a portaria, por que quando sai uma outorga é porque já tudo ok (PAULA, 2017).

Depois que a Anatel autoriza o uso da radiofrequência, a emissora dá início aos testes. Passada essa etapa, é preciso que a agência reguladora emita a licença de funcionamento da rádio. Depois disso, a emissora ainda passa por uma vistoria que pode ser realizada por um técnico do MCTIC ou da própria Anatel.

Esse técnico emite um laudo de vistoria, atestando que a rádio cumpriu todas as exigências para o funcionamento da emissora em Frequência Modulada. Assim, a Anatel emite uma licença de uso da outorga pelo período estipulado em lei. Conclui-se, dessa forma o processo de migração.

Dentre os motivos que levaram os radiodifusores a optar pela migração, a modernização e a qualidade do som se destacam. Isso deve-se ao fato de que os chiados e interferências que afetam a transmissão em AM incomodam os ouvintes, ainda mais diante das possibilidades que a FM oferece. Importante reiterar que essa modernização se concretizou e que houve ganho de qualidade de som com a mudança de modulação.

As informações quanto às questões que motivaram a migração das emissoras amazonenses estão reunidas nesta tese e podem ser observadas, de forma mais geral,

no quadro a seguir, produzido a partir das respostas fornecidas por profissionais ligados à área de programação e gestão das emissoras que migraram no Amazonas.

**Quadro 9 - Motivos que levaram à migração**

MOTIVOS QUE LEVARAM A OPTAR PELA MIGRAÇÃO	
Rio Mar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sobrevivência da emissora</li> <li>- Modernização</li> <li>- Adequação ao perfil da audiência</li> </ul>
Band News Difusora	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modernização</li> <li>- Incremento de novo modelo de negócio</li> <li>- Escolha pela segmentação no jornalismo</li> <li>- Por questões comerciais</li> </ul>
Baré (CBN Amazônia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Busca por melhor qualidade de som e alcance</li> <li>- Por questões comerciais</li> </ul>
Princesa do Solimões	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Para entrar em rede por meio da Rádio Globo</li> <li>- Para adequação ao padrão Globo</li> </ul>
Educação Rural de Tefé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhorar a qualidade de som</li> <li>- Fomentar a atração de patrocínio</li> <li>- Despesa menor que uma nova concessão em FM</li> </ul>

**Fonte:** Dados da pesquisa

### 8.5.2 Reestruturação organizacional

A migração impulsionou uma série de adequações ao modelo de negócio das emissoras, porque não se trata apenas de uma mudança de tecnologia. A adoção do modelo FM envolve adaptação de conteúdo, contratação de profissionais qualificados, reestruturação dos estúdios e das emissoras como um todo, entre outras medidas.

Na questão da reestrutura organizacional, depois da migração, a Rádio Baré (CBN Amazônia) investiu na contratação de profissionais de comunicação. A emissora optou

por jornalistas que já têm uma imagem consolidada diante da audiência regional. A rádio também apostou na contratação de profissionais com conhecimento em novas mídias.

Reforçamos a equipe com profissionais bem experientes e conhecidos do público, como os jornalistas Luana Borba e Eduardo Monteiro de Paula. Além de mais um na produção. Também contratamos dois jornalistas profissionais com especialização em sites, e social media. Vamos continuar ampliando com o aumento do faturamento (OLIVEIRA, 2017)

Ainda no caso da Rádio Baré, a Rede Amazônica construiu um pequeno estúdio dentro de seu complexo, no bairro Aleixo, zona Centro-Sul de Manaus, para realizar as transmissões. Ao lado do estúdio, também construiu uma sala para a equipe de produção de conteúdo. Como a CBN Amazônia transmite sua programação pelo sinal da Baré, o transmissor e antena continuam na sede do Jornal do Comercio, no bairro Japiim, na zona Sul da capital.

Ao migrar, ao Rede Rio Mar investiu na reestrutura completa de sua sede, situada no Centro de Manaus, ao lado do Teatro Amazonas. Construiu novos espaços, como estúdio principal, cabines de gravação e edição de áudio, redação de conteúdo, salas para coordenadores, entre outros. Numa visão geral, esses ambientes reformularam a arquitetura da rádio enquanto modelo de negócio.

A Rádio Rio Mar também contratou novos profissionais, principalmente jornalistas. O investimento em recursos humanos atendeu à estratégia da emissora de aumentar a quantidade e qualidade de conteúdo jornalístico ao longo da programação. A contratação de locutores representou uma aquisição importante do ponto de vista da própria linguagem da FM: Luís Neto tem perfil jovem; Gláucio Henrique tem vasta experiência no rádio, e é conhecido do público manauense por seus programas ao estilo sertanejo raiz.

Nós, dentro do nosso planejamento estratégico, gostaríamos de fortalecer o jornalismo, e para isso contratamos dez profissionais para o jornalismo, mas também um profissional para a área de edição de áudio (editor de áudio) e dois locutores, Luís Neto e o Gláucio. Então, essas foram as contratações feitas: dois locutores, um editor de áudio e dez jornalistas (SILVAa, 2017).

A Rede Difusora remanejou profissionais da FM 96,9 e da própria emissora que atuava em AM para a Band News Difusora FM 93,7. Também realizou novas contratações de profissionais da comunicação, especialmente de jovens jornalistas. Esse perfil atende ao segmento adotado pela rádio após a migração, o *all news*, e à própria dinâmica da Rede Band News – à qual a Difusora do Amazonas aderiu depois da mudança de modulação.

Como a emissora dispõe de um prédio, no Centro de Manaus, apropriado à instalação de modelos FM, não precisou investir na compra de espaço físico. Desse modo, no 20º andar do edifício, onde já estava em funcionamento a primeira FM da empresa, foi construído um estúdio de transmissão e espaço para os profissionais que passaram a atuar na redação da Band News Difusora. No prédio, também foi instalada a antena e o transmissor. As mudanças deram novo tom ao design interno da empresa, que adotou conceito amplo e aberto, e com vista para o Rio Negro.

Numa área como a nossa, no 20º e 19º andar, você monta cinco emissoras, ou talvez seis, de FM. Então, nós já tínhamos essa estrutura. Já tínhamos os estúdios, os locutores. Estávamos com a casa pronta. Só era tirar a geladeira do lugar e colocar outra; uma melhor. No caso, estou falando de transmissor. Tira o transmissor e coloca o transmissor de FM. Então, ninguém sofreu todo esse impacto por causa disso. As outras devem ter tido problemas (MELO, 2017).

A Rádio Educação Rural de Tefé aguarda o aumento e regularidade do patrocínio para investir na reestruturação de seu espaço físico e contratação de novos profissionais. Para atender à necessidade de preenchimento da programação, a emissora abriu espaço a programas produzidos por patrocinadores. A Rádio Princesa do Solimões deve entrar em rede com a Rádio Globo e deixar a programação mais jovial. A emissora ainda não realizou novas contratações nem investimentos em sua estrutura física.

No geral, as mudanças estruturais realizadas pelas emissoras refletiram na adoção ou reorganização do organograma institucional. Também demonstram a preocupação com a reformulação da identidade diante do público e dos anunciantes, que passam a ter a percepção das alterações a partir da autopromoção das rádios e por meio dos vídeos e fotos publicados nas mídias sociais das emissoras.

O investimento em profissionais qualificados e/ou conhecidos da audiência elevou o conceito das emissoras diante dos patrocinadores e dos ouvintes. Os profissionais passam, também, a contribuir com a construção do novo padrão de cada emissora, criando a identidade da rádio. Juntos, esses investimentos denotam interesse na expansão do negócio e profissionalização por parte da gestão de cada emissora. Tudo isso implica na boa aceitação diante do público e dos investidores.

Agindo dessa forma, as rádios atendem à lógica do mercado, que busca enxergar nas emissoras organizações estruturadas de acordo com modelos de gestão já consolidados, focados em metas e outros princípios da administração (BUFARAH JUNIOR, 2016, p.321). Como no restante do Brasil, parte das emissoras de rádio do Amazonas se desenvolveu a partir da gestão familiar ou de grupos, o que, em alguns casos, dificulta a adoção de estratégias essenciais aos negócios, como organograma institucional e definição de conceitos como missão, visão e valores.

A emissora de rádio é uma empresa. Portanto, do ponto de vista organizacional, precisa estudar e optar por padrões administrativos que impulsionem e garantam a sustentabilidade do negócio. Como nas grandes corporações, os passos das rádios devem ser calculados. Retomando sugestões de Bufarah Junior (2016, p.322), as empresas de rádio precisam implementar processos adequados ao negócio, capacitar seus profissionais, investir em pesquisas e adotar uma série de medidas que antecipem mudanças de cenários.

Como visto, as mudanças realizadas pelas emissoras após a migração dependeram da estratégia construída a partir da necessidade de sobrevivência; da força que as emissoras que migraram têm diante do público local; da capacidade de investimento; da ousadia de seus gestores; do capital proveniente dos novos investimentos publicitários, entre outros fatores. O resumo dessa reestruturação das emissoras migradas está no quadro a seguir.



**Quadro 10 - Reestruturação organizacional**

<b>REESTRUTURAÇÃO ORGANIZACIONAL</b>	
Rio Mar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se estruturou em rede</li><li>- Fez novas contratações</li><li>- Reorganizou a programação</li><li>- Investiu em jornalismo</li><li>- Tornou a rádio mais comercial</li></ul>
Band News Difusora	<ul style="list-style-type: none"><li>- Contratou novos profissionais de comunicação</li><li>- Construiu um novo formato</li><li>- Entrou em rede</li><li>- Mesclou o nome após entrar em rede</li><li>- Ao entrar em rede, segmentou em jornalismo</li></ul>
	-
Baré (CBN Amazônia)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Contratou novos profissionais de rádio e de mídias sociais</li><li>- Contratou um editor exclusivo para o portal</li></ul>
Princesa do Solimões	<ul style="list-style-type: none"><li>- Vai deixar a programação mais jovial</li><li>- Deve entrar em rede com a Rádio Globo</li><li>- Deve alterar o nome</li></ul>
Educação Rural de Tefé	<ul style="list-style-type: none"><li>- Abriu espaço para programas de patrocinadores</li></ul>

**Fonte:** Dados da pesquisa

### *8.5.3 Redefinição e estratégias de programação*

A programação de uma emissora de rádio está totalmente relacionada com sua audiência. Há casos em que as empresas precisam tomar medidas drásticas, como a demissão de funcionários, em razão da readequação da programação. O conteúdo reproduzido ao longo da programação, bem como o corpo de profissionais de uma emissora, precisa atuar em sincronia, adotando padrões que aproximam determinados públicos.

Quando decidiu migrar, a Rádio Rio Mar apostou no aumento do conteúdo jornalístico na programação, com enfoque maior em assuntos locais e regionais. O segmento atende a um desejo do público local, manifestado em pesquisa à qual a emissora teve acesso. A rádio também veicula programas musicais, religiosos, esportivos, estilo universitário, entre outros, que tornam a programação diversificada. A empresa decidiu, ainda, que parte dos programas que eram veiculados na antiga AM não poderia mais compor a nova grade.

Houve alguns ajustes que nós fizemos: alguns programas que saíram, porque não apresentavam a devida qualidade que nós considerávamos relevante. E, no caso do jornalismo, houve uma adequação na questão de dar mais tempo para o jornalismo também. Então, houve essa mudança pontual no jornalismo para dar mais tempo e na retirada de alguns programas (SILVAa, 2017).

A mudança para o modelo FM fez com que a emissora buscasse a dinamicidade da programação, aumentando o número de profissionais jovens e contratando pessoas cujos perfis se direcionam à identificação com a audiência que se quer alcançar. Com o choque de reestruturação da programação da rádio, os gestores buscaram adequar a linguagem e o conteúdo para elevar o nível de qualidade diante da concorrência.

A emissora continua com uma audiência muito grande e está sendo ouvida. Pela facilidade agora na FM, está sendo ouvida muito mais, e a programação da emissora é uma programação que não deve nada a outra emissora de Manaus. As outras emissoras que estão aí, quase todas elas, estão se voltando para fazer programação de nível nacional, e na pesquisa a que nós tivemos acesso, o público diz o que gostaria de ouvir numa emissora de rádio no Estado do Amazonas, principalmente em Manaus (CONCEIÇÃO, 2017).

Como está em uma cidade mais afastada da realidade de mercado que se apresenta na capital, a Rádio Educação Rural de Tefé ainda não pôs em prática alterações na programação. No momento, se adequa às propostas de patrocinadores que buscam comprar espaços dentro da grade. O interesse de grupos religiosos, entidades públicas e empresas aumentou depois da mudança de modulação. Isso representa aumento do faturamento.

Na verdade, nós ainda não fizemos nenhuma mudança por causa da migração. Estamos fazendo mudanças, mas, conforme a necessidade de atender aos desejos e anseios da própria prelaia. A igreja aqui de Tefé, que quer programas assim para as suas pastorais. E também atendendo, assim, aos patrocinadores, porque tem

gente agora que está querendo comprar um espaço. Temos agora programa da Prefeitura, da Câmara Municipal. Então, são coisas que apareceram agora com a mudança; o pessoal começou a se interessar em colocar na nossa rádio também (SCHWAMBORN, 2017).

A Rede Difusora de Rádio do Amazonas decidiu juntar-se à Rede Band News para formar a Band News Difusora, adotando uma programação exclusivamente jornalística. Esse formato exige treinamento das equipes, agilidade dos profissionais, e vigilância constante por parte dos chefes das equipes quanto ao cumprimento do padrão da rede. Para formatar uma equipe que atendesse ao modelo, a empresa fez seleção interna e contratou novos profissionais, mais jovens – que passaram por treinamento com profissionais da Rede Band News.

A Rádio Baré inseriu novos programas na grade. Essa estratégia ajuda a atrair diferentes públicos para a emissora, dependendo dos estilos dos programas e dos horários em que estes são veiculados. Ainda como parte da mudança na programação, a rádio contratou profissionais já conhecidos do público – uma estratégia que se utiliza da credibilidade do interlocutor a fim de atrair sua audiência para a emissora.

A Rádio Princesa do Solimões está com a programação está em definição, deve aderir à Rádio Globo e adotar estilo jovem.

As emissoras que migraram no Amazonas adotaram estratégias de redefinição da programação, visando a proximidade com seus públicos. As medidas vão desde a retirada de programas do ar à reformulação das equipes que têm contato direto com o ouvinte. Adotar esses padrões não significa engessar o processo. Pelo contrário, é uma forma de definir as diretrizes a serem seguidas para a conquista de um objetivo.

A programação das rádios Rio Mar e Educação Rural de Tefé se enquadra no tipo em mosaico, que engloba um conjunto de conteúdos variados e diferenciados (FERRARETTO, 2014). Já a Band News Difusora e a Baré (CBN Amazônia) se encaixam no tipo de programação linear – em que o conteúdo se apresenta de forma homogênea, com formato bem definido.

Quanto ao formato, as rádios Band News Difusora e Baré (CBN Amazônia) são classificadas como de serviço. A Educação Rural de Tefé e a Rio Mar dividem seu

formato de programação entre religioso e de serviço, já que distribuem ao longo de sua grade de programas conteúdos estritamente religiosos e outros não religiosos.

As cinco emissoras que compõem o corpus de análise desta tese são classificadas como comerciais, pois ofertam conteúdo em busca de uma audiência que atrairá patrocinadores cujos investimentos publicitários têm fins lucrativos (FERRARETO, 2007).

Enquanto empresas que são, as emissoras traçam estratégias mercadológicas, desenvolvendo programas e todo tipo de conteúdo para seus públicos, transformados em potenciais consumidores dos produtos oferecidos pelos patrocinadores das rádios.

A adoção de padrões é vital para negócios de comunicação. Pitadas de criatividade, com mudanças pontuais, contribuem para manter a emissora em evidência. A padronização é balizadora; orienta o trabalho dos profissionais da empresa que, com a prática, apreendem as formas de atuação das emissoras e seus limites diante de assuntos diversos. Diante da audiência e dos anunciantes, emissoras com padronização bem definida conquistam *status* de empresa organizada.

**Quadro 11 - Redefinição de estratégias de programação**

REDEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE PROGRAMAÇÃO	
Rio Mar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tirou do ar programas que não tinham a qualidade exigida pela rádio</li> <li>- Ampliou o tempo destinado ao jornalismo</li> </ul>
Band News Difusora	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrou em rede</li> <li>- Focou no jornalismo</li> <li>- Fez seleção interna e contratou novos profissionais</li> </ul>
Baré (CBN Amazônia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inseriu novos programas na grade</li> <li>- Contratou profissionais já conhecidos do público local</li> </ul>
Princesa do Solimões	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programação está em definição</li> <li>- Deve aderir à Rádio Globo</li> </ul>
Educação Rural de Tefé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A programação está em processo de organização</li> <li>- Tem cedido espaço a patrocinadores</li> </ul>

**Fonte:** Dados da pesquisa

#### 8.5.4 Busca por audiência

A migração também exigiu das emissoras reposicionamento da marca diante da audiência. Afinal, a operação em FM exige qualidade do serviço ofertado. Nessa disputa pela atenção do público, as novas ferramentas digitais e a padronização de conteúdo estão entre os elementos essenciais às emissoras migradas. Observa-se que há diferentes formas de atrair audiência: adesão às novas mídias, segmentação de conteúdo, compartilhamento da programação com emissoras que atuam em rede, entre outras.

Na busca pela audiência, a Rádio Rio Mar decidiu investir em mídias sociais, disponibilizando seu conteúdo na web. Dessa forma, a emissora tem conseguido atrair ouvintes-seguidores até de outros estados. Essa também é uma estratégia de adequação aos novos perfis da audiência, que passaram a acompanhar as empresas pela internet.

Nós estamos dando condições para que mais e mais ouvintes, independentemente de onde estejam, até ouvintes fora da cidade de Manaus, em outros estados, como nós já percebemos, tenham condições de ouvir o nosso conteúdo, porque a nossa filosofia tem sido essa, de sermos geradores de conteúdo, por isso esses investimentos em redes sociais, nos dispositivos móveis, para que mais e mais pessoas possam acessar a nossa rádio do jeito que gostam. Aqueles que gostam do rádio tradicional, portátil, ótimo, mas tem essa nova geração, geração digital (SIVA, 2017).

Como estratégia para atrair a audiência, a Rede Difusora de Rádio do Amazonas se uniu à Rede Band News. A decisão implica em aceitar as condições estabelecidas pela rede nacional. Daí, a razão dos treinamentos das equipes e observância da padronização da programação, do estilo e ritmo de locução, do estilo de redação textual, da forma e conteúdo. Essa adesão a uma rede nacional com imagem já consolidada reforça a marca da emissora local perante a audiência e os patrocinadores.

Logo no início, quando migrou, eu pensei, e acho que a maioria da direção, que nós teríamos uma outra rádio, digamos 100% amazonense, que poderia concorrer com a nossa. Porque eu acho é bom quando a concorrência é dentro de casa. Mas foi decidido que entraria a Band News. Entrando a Band News, houve várias exigências. Isso é uma franquia, não adianta esconder. E, quando tem franquia, eles é que determinam cor, equipamento e a programação (MELO, 2017).

A própria migração para a Frequência Modulada melhorou a relação da Rádio Educação Rural de Tefé com seus ouvintes. Antes da mudança, a falta de qualidade de som da Onda Média levava a empresa a receber reclamações, especialmente críticas às constantes interferências. “Hoje, a gente vê que é bem diferente com a migração. A gente está alcançando um bom público que gosta da nossa rádio” (SCHWAMBORN, 2017).

A Rádio Baré (CBN Amazônia) reorganizou a grade de programação, criando, inclusive, programas para chamar a atenção do público e convencer novos patrocinadores. Antes de migrar para FM, a rádio entrou em rede. Essas estratégias buscam, na segmentação, atrair novos públicos que hoje têm anseios difusos e inconstantes. Isso representa risco ao negócio radiofônico, que deve acompanhar de perto determinadas mudanças de hábitos do público, para que consiga se adequar.

Como negócio, a gente está aprendendo, e acho que eu tenho um segmento muito especializado, mesmo na crise, eu acho que tem a ver com o fenômeno das empresas e das marcas quererem se associar à credibilidade num mundo cheio de dúvidas. Onde há credibilidade, há valor, e eu espero que a gente consiga manter o encanto para as novas gerações, o mesmo encanto que eu tive com aquela vizinha de bairro no alto-falante. A gente precisa focar nisso, precisamos dar atenção às novas gerações para elas enxergarem no veículo algo que tenha valor, mas como mola do desenvolvimento (SILVA, 2017).

A audiência é a resposta do público às estratégias da rádio e à qualidade da sua programação. No Brasil, graças à publicidade, as emissoras de rádio passaram a atuar de forma mais profissional, garantindo a transformação da audiência em investimentos que promovem a manutenção e modernização do negócio (ORTRIWANO, 1985, p.48). A emissora que investe em pesquisas, que busca adequar sua programação ao público e que conta um setor comercial experiente e estratégico consegue garantir sua fatia do mercado publicitário.

Na era digital, a internet e os dispositivos móveis são aliados da audiência radiofônica. Por isso, é imprescindível estar presente na web e nos variados formatos digitais. Os interesses sociais, econômicos e políticos dos múltiplos perfis de públicos que se apresentam na atualidade devem ser foco de estudo das emissoras. Dados que mensuram a dinâmica da audiência norteiam o desenvolvimento de estratégias para atração.

Informações consistentes sobre o perfil do público contribuem para as convergências pelas quais a emissora de rádio precisa passar constantemente. A convergência é uma experiência particular permeada pelas interações (JENKINS, 2009, p. 30). A convergência ocorre todos os dias, de diferentes formas. As pessoas convergem de pensamento, de atitudes, de usos. Com o rádio não é diferente. O meio sonoro vive em processo de convergência, sobretudo, tecnológica e conceitual.

Na realidade atual, o celular representa o dispositivo da convergência das mídias. Reúne tudo (LOPEZ, 2010). O smartphone é particular, consegue reunir diversas informações em diferentes formatos, permite interações entre os nós da rede e tem expandido sua capacidade de abrangência, em razão de seus preços acessíveis. Assim, é urgente que as emissoras de rádio desenvolvam estratégias de convergência para celulares, considerando, ainda, a convergência de linguagem entre os diferentes sistemas operacionais, porque convergir requer inclusão.

Para tanto, é necessário investir na contratação de profissionais com vasto conhecimento teórico e prático na área de novas mídias, ou de profissionais de comunicação multimídia – que conseguem realizar diferentes atividades do jornalismo, em tempos de convergência. Como pode ser observado, parte das rádios migrantes se preocuparam com essa presença digital, desviando-se da conduta de empresas que buscam grandes retornos por meio das mídias sociais, mas não estão dispostas a investir.

Reforçar-se, desse modo, que as emissoras de rádio são empresas e como tal precisam atuar de forma profissionalizada, melhorando suas programações e suas “formas de distribuição de conteúdo para os seus ouvintes” (BUFARAH JUNIOR, 2016, p.321). Enquanto organizações empresariais, as rádios necessitam reinvestir capital no negócio, especialmente em recursos humanos e em estratégias com uso de multiplataformas.

Nota-se que as emissoras migrantes se cercaram de diferentes estratégias para atrair a audiência, como a adesão a redes e o realinhamento da programação. Os primeiros resultados começaram a aparecer nos números apresentados durante as entrevistas em campo: o faturamento das rádios melhorou em até 40%, e a interação com os ouvintes passou a ser fomentada e mensurada pelas mídias sociais.

**Quadro 12 - Busca por audiência**

<b>BUSCA POR AUDIÊNCIA</b>	
Rio Mar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Investiu em redes sociais</li><li>- Deu possibilidade de acompanhamento do conteúdo pelos aplicativos móveis</li></ul>
Band News Difusora	<ul style="list-style-type: none"><li>- Segmentou em jornalismo</li><li>- Entrou em rede</li></ul>
Baré (CBN Amazônia)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Criou novos programas</li><li>- Reorganizou a grade de programação</li><li>- Já estava em rede e se manteve</li></ul>
Princesa do Solimões	<ul style="list-style-type: none"><li>- Vai se adquear ao padrão Globo</li><li>- Vai aposta em programas que já têm audiência</li><li>- Deve aderir a campanhas do grupo Rede Amazônica</li></ul>
Educação Rural de Tefé	<ul style="list-style-type: none"><li>- Passou a atrair novos ouvintes no município e nas cidades adjacentes</li></ul>

**Fonte:** Dados da pesquisa

#### *8.5.5 Utilização de novas mídias agregadas ao rádio*

Diante da convergência digital, não se pode negar o potencial das novas mídias para os negócios. As redes sociais desterritorializam, permitem interatividade, mensuram a audiência. Portanto, convergir para as novas mídias, de forma planejada, significa garantir contato com o público-alvo. Os radiodifusores já perceberam a importância de agregar novas mídias ao negócio.

Em relação ao Amazonas, as emissoras migrantes, com exceção da Princesa do Solimões, que ainda não estabeleceu equipe de trabalho, têm presença na internet por meio de sites institucionais. Esses sites informam sobre a programação, divulgam notícias e fornecem meios de contato com a emissora, além dos endereços das redes sociais.



As rádios Rio Mar, Band News Difusora e Baré (CBN Amazônia) contam com aplicativos móveis, que os ouvintes podem baixar em seus smartphones. Além do player, os Apps informam a programação e estabelecem interatividade. É uma ferramenta para os negócios radiofônicos, ao fornecer informações sobre acesso, preferências do público e indicadores para a gestão das emissoras.

Os antigos estão ali ouvindo rádio caladinhos na deles. A nova geração vai logo para televisão, onde tem sinal de internet. Isso fez uma verdadeira revolução. O meu desafio é fazer a nova geração ouvir rádio no celular. Todo esforço é voltado para isso. E é a única saída. Não consigo enxergar outra (SILVAb, 2017).

As pesquisas sobre consumo de mídia, uso do celular e da internet, e sobre o perfil das pessoas que ouvem rádio demonstram que as novas plataformas representam oportunidades às emissoras. Cabe às rádios desenvolverem estratégias de interatividade e de distribuição de conteúdo na web. As emissoras amazonenses que migraram já se utilizam dessas possibilidades.

A Rio Mar passou a usar as redes sociais para pesquisa de consumo. A Band News Difusora optou pelo Instagram para divulgação da marca, que passou a fazer parte do cotidiano amazonense. A Baré (CBN Amazônia) intensificou sua interação com os ouvintes por meio das mídias sociais, impulsionando a imersão dos profissionais da emissora em estratégias *cross media*.

Hoje, eu faço *cross media*. Antes de entrar no ar, eu falo com as redes sociais e quando eu estou no ar, eu faço um *flash* para televisão dentro do estúdio. É uma estratégia para potencializar os veículos. Acho que as empresas estão muito conscientes disso hoje (SILVAb, 2017).

Faz parte da essência do rádio a convergência e adaptação às demais mídias. Por isso, está superada a ideia de que o meio sonoro daria lugar a uma nova mídia. Souza Filho (2017), acredita que o rádio e a televisão não vão morrer, mas sempre se adaptar. Silvab (2017) corrobora, afirmando que “o rádio é um camaleão, é um polvo. Ele é qualquer coisa. Assim, ele não compete com ninguém e ao mesmo tempo ele usa a força de todos”.

O rádio tem essa magia da autopoiese. Ao que parece isso está relacionado à sua essência enquanto meio de comunicação, que remete à própria essência do ser vivo: o

rádio é voz, fala, linguagem, conversa, comunicação. Dito isto, os suportes são meios de transmissão da linguagem sonora, cuja flexibilidade se lhe permite navegar entre e em diferentes plataformas.

Conhecendo o potencial do uso das novas mídias e essa versatilidade do rádio enquanto meio de comunicação, as emissoras que compõe o quadro de migradas no Amazonas têm utilizado as novas mídias por diferentes motivos, entre eles: distribuição de conteúdo, interatividade com a audiência e mapeamento dos interesses do público-alvo. O quadro a seguir indica os principais motivos pelos quais as rádios migrantes decidiram se utilizar das novas mídias.

**Quadro 13 - Utilização de novas mídias**

UTILIZAÇÃO DE NOVAS MÍDIAS AGREGADAS AO RÁDIO	
Rio Mar	- Passou a utilizar as redes sociais para pesquisa de consumo
Band News Difusora	- Utilização do Instagram para divulgação da marca
Baré (CBN Amazônia)	- Intensificou a interação com os ouvintes por meio das mídias sociais
Princesa do Solimões	- Vai apostar em redes sociais
Educação Rural de Tefé	- Em fase de organização

**Fonte:** Dados da pesquisa

Durante a pesquisa de campo, foram verificadas quais mídias sociais as emissoras utilizam para interagir com o público. As rádios Educação Rural de Tefé, Band News Difusora, Rio Mar e Baré (CBN Amazônia) têm WhatsApp. Com exceção da Rádio Educação Rural de Tefé, as demais emissoras têm conta no Instagram e fanpage no Facebook.

Fora a Baré (CBN Amazônia), as outras três emissoras recebem cartas dos ouvintes. Observou-se que as mídias que mais aproximam as emissoras e os ouvintes são às que têm o telefone como essência, como WhatsApp – que possibilita o envio de áudios, que, em alguns casos, são avaliados e colocados no ar.

Olha, pelo telefone sempre existiu a interação com ouvinte já há muito tempo. Desde que o telefone existe que no rádio as pessoas conversam com os comunicadores. Hoje, essa interação não é só pelo telefone, é pelo WhatsApp e pelas mídias que existem na comunicação. A gente conversa com o ouvinte de várias maneiras (MITOZO, 2017).

Portanto, o próprio telefone convencional ainda é um meio muito utilizado para contato do ouvinte com as emissoras migradas no Amazonas. Por vezes, o ouvinte incorpora o repórter e contribui com a transmissão de informações às redações das emissoras. Dessa forma, faz parte do processo de produção de conteúdo. É o que acontece na rotina da Rede Difusora de Rádio do Amazonas.

O telefone é o nosso principal meio de comunicação ainda, porque, você sabe que as pessoas nem toda hora podem estar com telefone e passar um WhatsApp, em qualquer lugar. A interação é importantíssima para o conteúdo da programação da rádio, para agregar valor à programação da rádio. Muitas vezes eu sou pautado por um ouvinte de madrugada, que diz 'olha, aconteceu tal coisa'. Quando o repórter fala comigo, às 4h, eu digo para ele 'ah, eu já sei, já ligaram'. O repórter não pode estar varrendo a cidade sozinho durante a madrugada, essa interação é importantíssima, ela faz parte, agregando valor à programação da rádio (MITOZO, 2017).

Ao interagir com as diversas mídias, as emissoras de rádio fazem um trabalho de retroalimentação do seu sistema de produção e distribuição de conteúdo. Atualmente, as rádios também estão na TV, na internet e nas plataformas digitais. Esse modelo de transmissão mescla características dos meios, às quais são possíveis de serem separadas, analisadas e até classificadas quanto à sua essência comunicacional.

Hoje já tem algumas rádios no Brasil que são rádio e TV ao mesmo tempo. Eu acho que não vai ter como fugir disso. Quem não estiver com as duas coisas, pode até, excepcionalmente. Tem que ser um fenômeno no rádio para, futuramente, estar ganhando audiência de manhã em qualquer horário sem essa junção, na minha concepção. Então, o rádio vai depender muito desse casamento com a televisão (MELO, 2017).

Ao considerar esse tipo de transmissão de conteúdo, elementos peculiares permitem identificar a diferença entre o que seria rádio e o que seria um produto da própria web, numa transmissão via redes sociais. Um deles é a presença constante do

estúdio de rádio nas *lives*. Há casos em que os estúdios ganharam novo layout, mas, daí, se tem a presença do microfone. Quem acompanha sabe, tem a certeza que é rádio, pela internet, embora a plataforma não seja o convencional aparelho receptor.

Às vezes, eu vejo o meu amigo José Carlos Araújo. Às vezes eu quero sintonizar na Tupi. Aí, eu vou e pego a Tupi pelas redes sociais. Ele transmite, e eu estou vendo ele na TV e estou ouvindo a transmissão do jogo. Que legal, né? Hoje mesmo, as meninas já estão me lançando aí no ar. Já estão vendo como o Valdir Correa faz o programa ao vivo no estúdio da Difusora. E nós não temos TV, mas esse é o caminho. Alguém hoje quer te ouvir, mas quer te ver. As pessoas, às vezes, imaginam a gente diferente, né? 'Ah, eu pensei que o senhor era moreno, gordinho e tal. Eu não pensava que o senhor era assim'. Às vezes a pessoa tem uma imagem diferente do profissional e querem ver. Bora ver (MELO, 2017).

No caso da televisão, o que diferencia a linguagem radiofônica é o olhar. A TV obriga o interlocutor a olhar para a objetiva da câmera. É uma relação envolta em sedução. No rádio, o mensageiro não precisa, o tempo todo, fixar o olhar nas câmeras espalhadas pelo estúdio ou na tela do celular que está transmitindo uma *live*. O interlocutor, simplesmente, conversa. Pode até exagerar nos gestos, alternar a frequência da voz, o humor, demonstrar sentimentos. Na TV não pode. A televisão é meio frio; o rádio é quente (MCLUHAN, 2005, p.337-338).

Em todos esses formatos uma coisa não muda: a linguagem ousada do rádio, a conversa, o debate intimista que só o rádio tem. Durante a narrativa, o interlocutor não tem a obrigação de decorar um roteiro. Ele lê, interpreta, informa e, dependendo da linha editorial adotada pelo seu veículo, comenta. Neste caso, o comentário se baseia nos fatos e na abordagem coerente dos assuntos tratados.

**Quadro 14 - Interação com outros meios**

INTERAÇÃO COM OUTROS MEIOS			
EMISSORA	SITES	APPS	Outros
RIO MAR			 
DIFUSORA (BAND NEWS)			 
BARÉ (CBN AMAZÔNIA)			
EDUCAÇÃO RURAL DE TEFÉ			 

**Fonte:** Dados da pesquisa

As mídias sociais são consideradas aliadas pelos gestores de conteúdo entrevistados nesta pesquisa, por promoverem a atração da audiência para a principal plataforma de transmissão. Pelas redes sociais, eles interagem com os ouvintes, divulgam promoções e ações das rádios e possibilitam que os ouvintes tenham maior participação nas escolhas de conteúdo. As redes sociais também contribuem com indicadores para tomadas de decisões estratégicas.

**Quadro 15 - Interação com as redes sociais**

INTERAÇÃO COM AS REDES SOCIAIS		
EMISSORA	REDES SOCIAIS	
RIO MAR		
DIFUSORA (BAND NEWS)		
BARÉ (CBN AMAZÔNIA)		
EDUCAÇÃO RURAL DE TEFÊ		

**Fonte:** Dados da pesquisa

Os próprios profissionais de produção e jornalismo das emissoras fazem o gerenciamento, produção de conteúdo e monitoramento das redes sociais. Esse perfil de adaptação aos meios digitais vem se estabelecendo nas equipes radiofônicas do Amazonas. Assim, um único profissional é capacitado a dominar diferentes plataformas e linguagens, para fazer os conteúdos circularem em modelos *transmedia* ou *cross media*, com vistas à sustentabilidade financeira das emissoras (BIANCO, 2012, p. 32).

Uma análise do contexto geral dos resultados obtidos com a migração de AM para FM no Amazonas mostra que a movimentação das emissoras que decidiram pela mudança de modulação se deu sob diferentes aspectos. Houve reestruturação técnica, conceitual, de processos, organizacional e mercadológica. Enfim, a migração suscitou reflexões acerca do negócio radiofônico como um todo.

A migração forçou as emissoras a tomarem decisões inerentes a grandes negócios. Esse processo é cercado por riscos e desaprovações. Parte das emissoras precisou fazer grandes reformas na parte estrutural e até nas equipes de conteúdo. Ao mesmo tempo, as rádios vislumbraram os desafios da era digital e prospectaram reações e crescimento por meio de um planejamento que consiste na convergência das mídias e na qualidade dos serviços ofertados para a audiência e aos patrocinadores.

O decreto de migração representou uma modernização que mexeu com as estruturas das emissoras migrantes, ocasionando tensões que podem ser sentidas pelas demais rádios que compõem o sistema radiofônico do Amazonas: o surgimento de novas redes e a inserção de novas emissoras agitam e fatiam o mercado o publicitário local. Nesse movimento, é possível perceber que as partes do ecossistema estão interligadas, promovendo ações e reações. A migração é um processo dentro das possibilidades que a modernização fez o rádio amazonense experimentar diante da convergência.

## **8.6 Considerações sobre a migração AM / FM no Amazonas**

Para compreender o processo de migração das rádios que compõem o ecossistema radiofônico do Amazonas, tornou-se necessário relacionar informações sobre o contexto organizacional das emissoras. Afinal, a migração do AM para o FM transcende a esfera técnica. É uma decisão que ocorre sob um processo facilitador proporcionado por um decreto, mas não deixa de ser complexo e envolve grandes esforços dos responsáveis pelas outorgas e das equipes de produção de conteúdo.

Entre as migradas, a Rádio Princesa do Solimões, com sede em Manacapuru, faz parte do grupo Rede Amazônica, afiliada da Rede Globo que pertence à família Daou. O canal será usado para retransmitir a programação da Rádio Globo, cuja retransmissora vai funcionar no complexo do grupo, situado em Manaus, na Avenida André Araújo, bairro Aleixo, junto com a Rádio Amazonas FM 101,5. Com a migração, a Princesa do Solimões também mudará o nome para Rádio Globo.

A Rádio Baré (CBN Amazônia), que pertence ao Jornal do Commercio, do empresário Guilherme Aluísio, deu início às suas operações na Frequência Modulada na faixa 95,7 FM como CBN Amazônia no dia 14 de novembro de 2016. Isso porque a Rádio Baré cedeu o canal à Rede Amazônica. Antes, a Baré tinha transmitido a programação da Rádio Globo Manaus e da Rede Aleluia, ainda em Ondas Médias.

A CBN Amazônia surgiu no cenário radiofônico amazonense envolta em uma polêmica briga judicial entre a Rede Amazônica e a Rede Tiradentes, de Ronaldo Tiradentes. O empresário deteve o direito de transmissão da CBN nacional em 2003, e, no dia 13 de outubro daquele ano, levou ao ar o primeiro programa da emissora sob a nomenclatura de CBN Manaus (PINHEIRO, 2015, p. 46-48). Anos depois, a Rede Tiradentes começou a transmitir sua programação pelo canal 91,5 FM.

Após a disputa entre a Tiradentes e a Rede Amazônica, a afiliada da Globo ganhou o direito de retransmitir a CBN. Então sob domínio da família Daou, a Rádio CBN Amazônia deu início às suas operações no dia 04 de agosto de 2015, ainda em Ondas Médias pela Rádio Baré (1440 AM). A Rede Tiradentes, por sua vez, passou a retransmitir a programação da Rádio Estadão, sob o nome de Rádio Tiradentes News 91,5 FM – faixa arrendada pela Rede Aleluia. Ainda em Frequência Modulada, a Rede Tiradentes também detém a outorga da Rádio Tiradentes (89,7 FM), que é segmentada em música contemporânea.

A Rádio Difusora do Amazonas (1180 AM) passou a operar no *dial* de Frequência Modulada como Nova FM 93,7, no dia 17 de março de 2017. Pouco tempo depois da migração, no dia 24 de outubro de 2017– data que marca o aniversário de 348 anos de Manaus – a emissora começou a operar como Band News Difusora FM 93,7.



Em relação à migração promovida pela Rede Difusora de Rádio do Amazonas<sup>70</sup>, para que se evite confusão na interpretação das informações, vale ressaltar que esse grupo de comunicação já mantém um canal em FM desde o final dos anos 1960, na frequência 96,9 FM, cujo nome é Rádio Difusora do Amazonas.

Numa medida similar ao que ocorreu com os grupos Rede Amazônica e Tiradentes, a Rede Difusora passou a integrar uma rede nacional de rádio, a Rede Band News. Como pode ser observado, os grandes grupos de comunicação do Amazonas têm buscado unir-se a redes radiofônicas como uma estratégia de sobrevivência e expansão.

A Rádio Rio Mar<sup>71</sup> lançou a operação na frequência FM 103,5 oficialmente no dia 04 de junho de 2017, durante a Festa de Pentecostes, realizada no Sambódromo de Manaus. O evento, organizado pela Arquidiocese de Manaus, reuniu milhares de fiéis.

O Termo Aditivo de Adaptação de Outorga de AM para FM da Rio Mar foi assinado no dia 7 de novembro de 2016 – Dia do Radialista – pelo arcebispo de Manaus, Dom Sérgio Castriani, por Dom Luiz Soares Vieira e pelo Pe. Charles Cunha, em Brasília.

No 7 de novembro de 2016, Dom Sergio Eduardo Castriani também assinou o Termo Aditivo de Adaptação de Outorga de AM para FM da Fundação Dom Joaquim, sediada na cidade de Tefé, no Amazonas. Com a assinatura do contrato, a Rádio Educação Rural de Tefé ganhou a permissão para dar início à instalação do projeto técnico em FM, e passou a operar na nova frequência 93,9 FM, no início do ano de 2017.

A história da Rádio Educação Rural de Tefé teve início com um movimento de educação de base, ofertando aulas por meio das ondas sonoras ao município e áreas adjacentes. Fundada no dia 15 de dezembro de 1962, também surgiu para contribuir com o trabalho da Igreja Católica. As operações em Ondas Médias e Tropicais permitiram que o sinal da emissora se expandisse para outras localidades.

Depois que os governos expandiram a educação formal, instalando escolas estaduais e municipais, na região, as aulas transmitidas pela emissora perderam força. A rádio precisou readequar sua programação, inserindo programas musicais, de notícias e

---

<sup>70</sup> Disponível em: <https://www.difusora24h.com/novidade-radio-difusora-do-amazonas-coloca-no-ar-nova-fm-93-7/>. Acesso em 20 out 2017.

<sup>71</sup> Disponível em: <https://arquidiocesedemanaus.org.br/wp-content/uploads/2017/07/IAN-141-julho-2017.pdf>. Acesso em 20 set 2017.

de esportes. “A história da rádio, no início, se confunde com a história do movimento da educação de base” (SCHWAMBORN, 2017).

Schwamborn (2017) relata que após ter conhecimento da possibilidade de migrar a AM para FM, a diretoria responsável pela gestão da Rádio Educação Rural de Tefé promoveu encontros para discussão do assunto. Ao decidir pela migração, a emissora precisou se movimentar para conseguir apoio financeiro que custeasse o processo de mudança de outorga, uma vez que, antes do decreto de migração, tinha tentando conseguir uma outorga de FM, mas não foi possível por falta de recursos. A entidade Ajuda à Igreja que Sofre se prontificou em apoiar a emissora financeiramente, tornando possível a migração.

Com isso, a rádio organizou orçamentos, listando os equipamentos necessários à mudança, como transmissor e antenas. A Rádio Educação Rural de Tefé ainda mantém ligados os sinais de Ondas Médias e Tropicais. A emissora faz adaptações técnicas para desligar definitivamente o *dial* AM. Embora, a operação em FM já tenha sido iniciada, a emissora planeja promover um lançamento oficial da nova frequência no início de 2018.

O processo de migração do rádio AM para FM tem sido vital para o fortalecimento das emissoras sediadas no Amazonas. Em alguns casos, o caminho percorrido até a obtenção da outorga envolveu o engajamento dos profissionais das rádios e do próprio público.

Quanto aos motivos que levaram à migração, as limitações tecnológicas do modelo AM dificultavam a subsistência do negócio. O maior problema junto ao público era a baixa qualidade do som, que dava a impressão de que se falava em uma lata. Outra situação era a adequação da linguagem junto o público amazonense, já habituado ao estilo mais dinâmico do modelo FM, visto que pensando em perenidade, faz-se necessário conquistar novas audiências.

Ainda em relação aos motivos que resultaram na mudança de modulação, está a conquista de novos anunciantes. As rádios Rio Mar, Band News Difusora FM e Educação Rural de Tefé decidiram apostar em um novo formato para ampliar a audiência a fim de impulsionar os anúncios e, conseqüentemente, melhorar o faturamento.

Ainda no aspecto do negócio, a Rede Difusora de Rádio do Amazonas foi além, se adaptando ao modelo econômico atual, ao aderir a uma grande rede nacional de rádios, a exemplo do que a CBN Amazônia fez antes da migração.

Em relação à reestruturação organizacional, a Rio Mar e a Rede Difusora de Rádio do Amazonas se reorganizaram em rede, se adaptando a um novo modelo de negócio, ao unirem-se a outras emissoras como estratégia de fortalecimento da marca e de penetração junto ao mercado. A Rio Mar renovou a grade de programação.

Já a Difusora adotou um novo formato de programação, totalmente diferente da AM. As adaptações na programação fazem parte de um processo de renovação da estética sonora das emissoras que corresponde aos objetivos das novas propostas de identidade comunicacional do negócio junto ao público.

Sobre a reestruturação organizacional, um dos maiores impactos se deu no quadro de funcionários das emissoras. Como a CBN Amazônia é segmentada em notícias, a Rede Amazônica compartilhou profissionais da TV Amazonas com a rádio. Com isso, uma considerável parte dos profissionais do grupo passou a atuar nos dois veículos. Nesse processo, a Rede Amazônica demitiu profissionais da CBN Amazônia.

Embora a reestruturação das equipes da CBN Amazônia tenha relação com as adequações da mudança para a FM, esse cenário de desligamentos dentro da Rede Amazônica não se restringiu à rádio, já que, nesse período, o grupo passou a fazer desligamentos em massa, em um plano de gestão colocado em prática logo após a morte de seus três sócios-fundadores.

Como parte de seu plano de reestrutura organizacional, a CBN Amazônia também contratou profissionais com conhecimento especializado em novas mídias. Além disso, a Rede Amazônica unificou os setores comerciais das empresas do grupo, numa tentativa de redução de custos e utilização de estratégia *transmedia* e *crossmedia* simultaneamente.

A Rádio Rio Mar, por sua vez, ampliou o quadro de funcionários para atender à nova estrutura da programação que passou a destinar mais tempo ao jornalismo. A Band News Difusora FM também ampliou o quadro de colaboradores, contrando profissionais para o departamento de jornalismo da emissora.

É preciso considerar que a Rádio Band News Difusora teve sua estrutura montada no mesmo andar do prédio onde funciona a Rádio Difusora do Amazonas. Isso implica dizer que as duas emissoras da Rede Difusora de Rádio do Amazonas estão inseridas na mesma estrutura organizacional.

Sobre a infraestrutura dos estúdios, item do projeto técnico – parte obrigatória no processo de migração – as rádios Rio Mar e Band News Difusora FM investiram em uma nova estrutura *broadcasting* totalmente adaptada à realidade da era da convergência.

Além dos estúdios, as duas emissoras construíram redações jornalísticas com conceito arquitetônico interativo. Essa estrutura segue tendência do mercado e facilita o tráfego de informações entre os profissionais que atuam nos dois espaços. No geral, a infraestrutura montada pelas duas emissoras representa o que há de mais moderno entre as rádios que migraram.

O estúdio da CBN Amazônia foi montado nas dependências do Amazon Sat. Esse canal de TV, com sede em Manaus, também pertence à família Daou, e compartilha seus ambientes com outras empresas de comunicação do complexo Rede Amazônica, na capital.

Os profissionais da CBN Amazônia passaram a compartilhar a redação e até a cabine de gravação de áudios com as equipes do Amazon Sat e de outras empresas de comunicação da Rede Amazônica, já que, no espaço acanhado também trabalham profissionais do Portal Amazônia, Portal Radar 10 e da Rádio Amazonas FM. Os jornalistas destes dois últimos foram separados do estúdio da Rádio Amazonas FM, que fica em outro prédio do complexo.

A Rádio Educação Rural de Tefé teve poucas modificações organizacionais. Com a mudança de modulação, a emissora passou a atrair novos clientes no próprio município e nas cidades adjacentes – fato atribuído ao alcance e, principalmente, à melhora da qualidade do som. Sobre a programação, ainda está sendo definida, mas já conta com a inserção de programas patrocinados.

Com relação à estratégia de programação, a Rio Mar tirou do ar programas que já não atendiam à nova proposta da emissora e ampliou a programação jornalística. A Band News Difusora FM focou no jornalismo especializado, adotando o modelo *all news*,

contratando novos profissionais e promovendo treinamentos para que estes se adequassem ao padrão Rede Band News.

A maior mudança na CBN Amazônia, quando à programação, está atribuída à estratégia *transmedia* que consiste no compartilhamento dos profissionais da TV Amazonas – uma medida para atrair a audiência dos programas da televisão para a rádio, inclusive com compartilhamento de pautas. Na outra ponta, os profissionais também passaram a divulgar a programação da TV e a adaptar as matérias televisivas para a rádio.

No quesito busca por audiência, além de aumentar o conteúdo jornalístico em sua programação, a Rádio Rio Mar investiu em redes sociais e passou a fazer acompanhamento da audiência por meio de aplicativo próprio, buscando adaptar seu conteúdo aos interesses dos ouvintes.

A Band News Difusora FM segmentou sua programação em conteúdo jornalístico e entrou em rede, ofertando programação qualificada. Também adotou a plataforma de aplicativo da Rede Band News juntamente com as demais emissoras afiliadas, com o objetivo de atrair o público do segmento que se utiliza de tecnologias integradas para obter informação.

Em relação à utilização de novas mídias agregadas ao rádio, a Rio Mar, a Band News Difusora FM e a CBN Amazônia potencializaram a utilização de mídias digitais, para interagir com o público, além de reforçar a divulgação das marcas. As três emissoras têm site institucional e aplicativos móveis. Também interagem com o público por telefone e celular (WhatsApp).

A Rádio Educação Rural de Tefé também conta com site institucional e interage com os ouvintes por meio de telefone, celular (WhatsApp) e cartas – um costume que ainda se apresenta de forma muito tímida, atualmente.

Sobre a interação com as redes sociais, Rio Mar, Band News Difusora FM, CBN Amazônia e Educação Rural de Tefé têm perfis no Facebook. Com exceção, da Rádio Educação Rural de Tefé, as demais emissoras também têm perfis no Instagram.

Por meio dessa presença digital, as rádios interagem com seus públicos, divulgando promoções, bastidores e assuntos do momento. As redes sociais servem, ainda, como termômetro para mensurar a audiência e aceitação do público por meio da

interatividade demonstrada em números de seguidores, acessos, curtidas, comentários e compartilhamentos.

Percebe-se que as mudanças de modulação agitaram o mercado profissional do rádio amazense. Algumas emissoras decidiram demitir profissionais e realizar novas contratações; outras realocaram profissionais e fizeram novas admissões. Enquanto parte das emissoras expandiu a quantidade de profissionais nas suas redações e estúdios, outras enxugaram as equipes e reduziram os salários atribuídos às funções do radialista e do jornalista. Essas medidas buscaram a redução de custos e suprir a produção de conteúdo para atender à nova grade de programação após a migração.

Outro fator observado foi a exigência de um novo perfil do profissional de rádio, que passou a atuar no contexto multimídia de forma multidisciplinar. Esses profissionais, que antes deveriam dominar e realizar apenas funções técnicas específicas do meio sonoro, passaram a ter que compreender e se adaptar às habilidades do profissional da era digital, atuando também com vídeos, plataformas multimídia, mídias digitais, entre outras estratégias que ligam o rádio às múltiplas plataformas da web. Essas adequações são perceptíveis, especialmente, nas rádios Rio Mar e Band News Difusora.

As mudanças na programação também interferiram nos estilos de conteúdo e na linguagem utilizada pelos programas. O aumento da adesão a grandes redes radiofônicas nacionais resultou no encurtamento do tempo disponibilizado ao conteúdo regional em detrimento de uma programação com conteúdo nacional e até internacional, com possíveis impactos na identidade cultural local. Foi possível observar essa dinâmica nas rádios CBN Amazônia e Band News Difusora.

Por outro lado, a Rádio Rio Mar constituiu sua própria rede radiofônica, definindo o padrão de programação a ser adotado pelas retransmissoras ligadas à Igreja Católica e situadas em outros municípios. Com a mudança da modulação, enquanto a CBN Amazônia e a Band News Difusora reduziram abrangência no interior e se tornaram afiliadas de grandes emissoras, a Rio Mar expandiu atuação nos municípios por meio de suas afiliadas, ao tornar-se cabeça de rede, potencializando a disseminação de conteúdo local.

Todas essas adaptações realizadas pelas emissoras que migraram suscitam um novo cenário para o meio sonoro no Amazonas, no que diz respeito à cultura de se ouvir

rádio. Os investimentos em infraestrutura e o cuidado em constituir equipes de profissionais despertam a atenção de novos investidores. A presença digital, por meio da interação com os ouvintes, coloca as emissoras em evidência perante a audiência. Já a adesão a redes tende a fortalecer o rádio enquanto meio de comunicação pelo pacote de serviços prestados aos ouvintes. Juntas, essas estratégias provam que a migração tem impactos para além da tecnologia.

Com a reestruturação, houve a inserção de estratégias que têm repercussões na cultura, linguagem, cotidianidade, mercado profissional, negócios e identidade. Para ir além dos pontos que estão nitidamente colocados, é preciso compreender as conexões, estruturas simbólicas e sujeitos sociais que envolvem o movimento das empresas e instituições em direção à migração das emissoras de rádio no Amazonas. Com a migração, essas rádios buscaram readequação, aplicando estratégias de expansão junto ao seu público para, também, expandirem os negócios e garantirem a perenidade do meio sonoro.

Junto com a outorga, as emissoras conquistaram a modernização de seus estúdios e da programação. A modalidade FM também oferece melhor qualidade sonora e expansão do alcance por meio das possibilidades advindas com o digital e com a modernização das cidades, o que resulta no crescimento da audiência e, por conseguinte, no aumento do faturamento.

A análise dos resultados obtidos pelas rádios migradas mostra que a migração representou um momento de ruptura que culminou na convergência. Por convergência, neste caso, entende-se migração para novas realidades de interação, novas práticas, presença e gestão de negócio. A migração representou um momento de desordem e ordem, ao envolver toda a infraestrutura das emissoras, exigindo das rádios esforços, investimentos e articulação para garantir a conclusão de todas as etapas do processo.

Nesse movimento em direção à convergência, as rádios encontraram na complexidade das partes e do todo as conexões que o rádio desenvolveu para migrar e sobreviver. No processo de adaptação, o meio sonoro amazonense se utilizou da tecnologia FM, das redes radiofônicas e da internet para continuar interligado aos sistemas que compõem o ecossistema brasileiro e o grande ecossistema radiofônico mundial.

Na figura, a seguir, o rádio é representado em destaque, ao centro, interagindo com outros meios. A ideia é mostrar, visualmente, o emaranhado de nós da teia da vida descrita por Capra (2006). Os nós conectam os sistemas, que formam ecossistemas, que, por sua vez, constituem o grande ecossistema, em que todos os seres vivos e coisas se ligam. No diagrama, o rádio energiza os demais elementos com os quais se liga, assim como também é energizado, no processo de retroalimentação.

**Figura 26 - Diagrama do Ecossistema Radiofônico Autopoiético**



**Fonte:** Elaborado pela autora

A migração das rádios AM para FM, no Amazonas, foi multidisciplinar e complexa, uma vez que mexeu com os sistemas que se conectam à radiodifusão como um todo. Assim, enquanto ser vivo autopoiético, o rádio, mostra que, em diferentes situações e espaços pode se reestruturar para produzir as mudanças necessárias à sua existência enquanto meio de comunicação que se mantém prestando serviços à sociedade.



## **PARTE V: O RÁDIO E AS CONEXÕES**

“O ouvir nos permite gerar imagens, nossas próprias imagens, e essas imagens são geradas por nexos, sentidos e não são imagens oferecidas prontas de maneira a cercear a capacidade imaginativa. Imaginação vem de imagem. Mas é a geração de imagens. E esta geração de imagens é provavelmente mais fértil no tempo do ouvir do que no tempo de ver.”

Norval Baitelo Jr

## **CONCLUSÃO SOBRE O RÁDIO MIGRADO NO AMAZONAS E SUAS CONEXÕES EM MEIO AO ECOSISTEMA**

O ciclo da vida reflete a dinâmica da natureza, que na busca pela sobrevivência, evolui no tempo e nos espaços, se adaptando ao ambiente. A dinamicidade do ambiente pode provocar tensões que geram a migração de um ser vivo para outro espaço de evolução. Ao migrar, o ser vivo altera a si próprio e interfere nos sistemas de origem e destino. Afinal, a vida não é estática. É a complexidade sensibilizando para ensinar que o conhecimento não se fecha na certeza (MORIN, 1977, p.349).

A migração parece estar a serviço da vida como a última instância para a sobrevivência. Esse fenômeno não se restringe à natureza, mas aplica-se a diferentes sistemas: político, econômico, social, cultural e tecnológico. Os sistemas, por sua vez, estão interligados, compondo um grande ecossistema, onde as tensões geram adaptações e evoluções.

Como um sistema autopoietico, o rádio vem se reconstituindo ao longo do tempo, buscando ambientes mais apropriados para sua sobrevivência e evolução. Enquanto tecnologia, um sistema altamente evolutivo, o rádio sofre tensões, que ganham maior dimensão no cenário da convergência tecnológica.

Atualmente, no Brasil, a migração das emissoras de Amplitude Modulada (AM) para Frequência Modulada (FM) provoca alterações em todo o ecossistema da radiodifusão. Dadas as particularidades de cada região, as mudanças ocorrem em diferentes proporções.

Essa fase da modernização das emissoras de rádio do Brasil começou a tornar-se realidade a partir da assinatura do Decreto Nº 8.139 de 7 de novembro de 2013. O ato presidencial que estabeleceu a migração do rádio AM para FM representou uma alternativa aos anseios dos radiodifusores do País que assistiam o seu negócio sucumbir

sem conseguir driblar os entraves jurídicos, financeiros e administrativos que envolvem a troca de outorga.

Como uma grande teia, o Sistema Brasileiro de Radiodifusão lançou suas ondas sobre as emissoras. E os ecos da migração, anunciada em 2013, instauraram tensões no ecossistema radiofônico amazonense. Disputas por marcas, espectros e outorgas se acirraram, no Estado, a partir do decreto presidencial. A corrida pela migração atingiu as emissoras que solicitaram a mudança para FM e as que já operavam nesta modulação.

Tal qual um organismo vivo reage quando sofre uma tensão, buscando energia para se recompor, as emissoras de rádio do Amazonas foram adequando-se ao novo ambiente de migração. O principal aspecto observado foi que as tensões advindas com a mudança de AM para FM provocaram a reestruturação do sistema radiofônico amazonense.

Nessa complexidade, se manifestou a desordem e a ordem, para que os fenômenos resultassem numa nova organização (MORIN, 1977, p.128). Num primeiro momento, houve o impacto, o que gerou dúvidas e uma confusão passageira; no segundo, houve uma agitação em torno dos preparativos para a mudança; depois dessa agitação, comum a ambientes em tensão, ocorreu a definição do que seria feito e, por último, a reconfiguração das emissoras.

Diante disso, buscou-se, nesta tese, compreender a complexidade que envolve a migração das emissoras amazonenses, neste cenário de convergência tecnológica. Concluiu-se que o fenômeno impactou o modelo de negócio, reestruturando-o em cadeia. As alterações se reverberaram na modernização da infraestrutura das emissoras, na estrutura organizacional, nas estratégias de programação, na relação com a audiência e na adoção de novas mídias agregadas ao rádio.

Os caminhos percorridos se deram a partir do entendimento de que o rádio não está isolado, mas interage com diversos elementos políticos, culturais, tecnológicos e com o próprio ser humano. Diante dessa multiplicidade de fatores, optou-se por compreender o fenômeno por meio do método multidisciplinar do pensamento complexo que tem como base a Teoria da Complexidade (MORIN, 1977).

A realização da pesquisa exploratória se deu por meio dos procedimentos metodológicos inerentes ao Estudo de Casos Múltiplos (YIN, 2015). A interpretação analítica do processo de migração, de suas etapas e impactos se apoiou no levantamento de dados por meio de referenciais bibliográficos, pesquisas documentais e da legislação que rege a Radiodifusão Sonora Brasileira.

A definição do objeto de pesquisa e a investigação da sua complexidade são resultados de uma proximidade construída e consolidada ao longo dos anos. Para quem se dedica a compreender o fenômeno desta tese, o rádio está nas relações de trabalho e interpessoais, na trajetória acadêmica, no dia a dia, indissociável da vida. Esse envolvimento entre observado e observador faz-se necessário no que tange a entrega à pesquisa; ambos passam pelo processo autopoiético (MATURANA, 2001).

A verificação de como a migração foi realizada no Amazonas se deu partir das análises dos processos das rádios Band News Difusora, Rio Mar, Baré (CBN Amazônia), Princesa do Solimões e Educação Rural de Tefé – que concluíram as etapas até julho de 2017. Essas cinco emissoras integram o grupo de 12 que protocolaram a solicitação para mudança de outorga junto ao Ministério das Comunicações.

A mensuração dos anseios e impactos na perspectiva das emissoras migrantes foi realizada por meio de análises das informações coletadas em entrevistas, durante a pesquisa em campo. Por se tratar de um fenômeno emergente, a literatura sobre a migração do rádio AM para FM está em construção. Diante disso, foi feito levantamento dos estudos já realizados sobre o fenômeno.

Para preencher as lacunas decorrentes da escassez de informações, e com vistas a registrar o processo, recorreu-se a entrevistas e solicitações de informações junto às emissoras. No caminho, a busca esbarrou no receio que muitos radiodifusores têm em repassar dados que comprometam o negócio ou municiem a concorrência.

A literatura acadêmica que sustenta o histórico do rádio amazonense também é escassa. Os poucos registros encontrados que colocam o rádio como protagonista no Amazonas foram realizados entre 1980 e 1990. Desses, foram destacados: (BARBOSA, 1980), (BARBOSA, 1996) e (NOGUEIRA, 1999). A partir dos anos 2000, surgem outras

contribuições no âmbito da pesquisa científica: (MAFRA, 2010, 2011, 2012, 2014) e (MOURA, 2011, 2015).

Diante disso, além de recorrer a leituras de temas paralelos com os quais o rádio manteve relação – cinema, cotidiano, política, entre outros – buscou-se fragmentos nas memórias dos profissionais que fazem parte da trajetória do rádio no Amazonas. Desse grupo, podem ser destacados locutores esportivos, gestores e técnicos com vasta experiência em tecnologia radiofônica.

Recorreu-se, ainda, à pesquisa documental, que contribuiu para o entendimento das leis de radiodifusão sonora e forneceu informações sobre o processo de migração, como os valores das outorgas. O sistema Mosaico, plataforma da Anatel que reúne informações sobre o espectro e traz documentos oficiais sobre a migração, ajudaram, inclusive, na composição do corpus de análise.

Assim, as respostas para parte das indagações vieram pelo cruzamento de informações, relatos e documentos obtidos na pesquisa em campo, e a partir do realinhamento de reflexões sobre números de espectros, datas, leis e imersão na interpretação das informações repassadas pelos entrevistados. As análises e interpretações das partes constituíram pontes para formação do todo.

A imersão, promovida pelo aprofundamento da pesquisa despida de conceitos pré-determinados, se torna ferramenta esclarecedora por elevar o pensamento a variantes formas de resolver questões que se apresentam na sociedade. A resposta está no próprio caos que causa a desordem e a ordem, que vai se encaixando, encontrando respostas em si mesmo (MORIN, 1977, p.215).

À luz da Teoria da Complexidade (MORIN, 2005, 2006, 2011); Conexões Ocultas (CAPRA, 2005); Pensamento Sistêmico (CAPRA, 2006); Teoria Geral dos Sistemas (BERTALANFFY, 2012); conceitos da Autopoiese (MATURANA E VARELA, 2001) e da compreensão da migração (JANSEN, 1969), (VILCHES, 2003) e (TOWNSEND, 2010) foi possível interpretar o fenômeno. A exemplo das ciências naturais, faz-se necessário entender os conceitos para aplicá-los à realidade que se apresenta e que constitui as conexões para formar pensamentos complexos.

A complexidade submete a ciência moderna a um novo olhar sob a ótica da multidisciplinaridade que envolve os fenômenos estudados. Alterações estruturais como a migração forçam a reinvenção dos hábitos e das rotinas em meio à natureza da vida, realocando as funções e significações dos sistemas, gerando nova ordem no ecossistema.

O panorama da migração no Amazonas foi construído após a inferência dos relatórios resultantes da pesquisa em campo e do cruzamento de suas informações. A migração apresenta novos horizontes aos radiodifusores que, entre outros fatores positivos, apontam a melhora da qualidade de som, melhora na relação com a audiência e a possibilidade de o meio sonoro interagir com outros meios convergentes dispostos em plataformas móveis.

No processo de convergência, é preciso considerar as mudanças culturais, bem como as formas de adaptação do rádio em relação à sociedade. O rádio não se resume à questão tecnológica. Sua sustentabilidade está associada a decisões políticas sobre a radiodifusão sonora, às atualizações do modelo de negócio e à forma como o meio mantém e conquista audiência. A convergência vai além da tecnologia, já que ocorre nos cérebros das pessoas e em suas interações sociais (JENKINS, 2009, p.30).

A cotidianidade amazonense se constitui de interações sociais e da relação do homem com o ambiente. O rádio se incorporou a esse ecossistema e criou diferentes conexões com os sujeitos sociais, numa realidade que considera as particularidades de cada sistema. Esse ponto de vista explica as relações que foram estabelecidas entre o rádio e a economia, o rádio e a política, o rádio e a religião, o rádio e o amazonense.

Sua presença no Estado alterou realidades, estabelecendo formas peculiares de relações traduzidas, inicialmente, nos avisos de cunho comercial a emotivo. O rádio representou a dinamicidade que Manaus precisava estabelecer com as demais cidades, para fortalecer a economia. Foi além, ao democratizar seu uso pelos iletrados. Afinal, não era preciso ser alfabetizado para comprar um aviso ou compreender sua mensagem.

O poder do rádio no Amazonas se materializou, ainda, na religião, que imprimiu sua linguagem peculiar para evangelizar. A política emprestou ao rádio amazonense sua eloquência e entonação, tal qual fazem os representantes do povo quando discursam em

plenário. A música, o teatro e o cinema amazonense se potencializaram no rádio, criando cenários imaginários. Percebe-se, assim, que o rádio se personificou no cotidiano.

Essa natureza de alterar a cotidianidade faz parte da essência do rádio. Nesse movimento, o meio encontra em suas estruturas formas de se adaptar ao ambiente, em um constante processo autopoiético dentro do ecossistema.

Na mudança da tecnologia AM para FM, a autopoiese radiofônica amazonense se apresenta na alteração da infraestrutura, nos novos modelos de relações de trabalho, na mudança de linguagem, nas novas formas de interação com a audiência e na recomposição do valor da marca junto aos anunciantes. Reforça-se que a transferência do lugar de modulação implicou em uma série de modificações que não se restringiram ao campo tecnológico.

A migração impulsionou a adesão das emissoras a redes radiofônicas. Tanto que as rádios já migradas estão em rede, seja como retransmissoras ou cabeça de rede. As redes radiofônicas ressignificaram o modelo de negócio das emissoras que migraram, impulsionando a produção de conteúdo, especialmente jornalístico, e o faturamento.

Contribuem para isso a padronização da linguagem e o compartilhamento das responsabilidades quanto ao preenchimento dos espaços da programação. Cabe ressaltar que essa reestruturação segue uma lógica autopoiética complexa, em que o rádio se volta para uma característica peculiar das sociedades atuais: a conexão das emissoras por meio de redes radiofônicas.

Considerando todo o percurso de uma trajetória experiencial e teórica – e com base em leituras de uma vida acadêmica – que culminou na conclusão desta pesquisa, é possível afirmar que assim como a complexidade está no problema que motivou esta tese, as respostas estão na própria complexidade. A construção do conhecimento depende da desconstrução e reconstrução dos modos de aprender (MORIN, 1977, p.26).

A migração do rádio amazonense da tecnologia AM para FM, de fato, revelou as conexões que o meio desenvolveu para sua sobrevivência, em redes. Enquanto sistema vivo autopoiético – analógico ou digital – o rádio se encontra em redes, onde todos os sistemas se entrelaçam por meio de nós que os ligam a saberes, linguagens, culturas, emoções, histórias, modos de vida, conhecimento, experiências, ciências e tecnologias

que interagem retroalimentando o grande ecossistema comunicacional mundial, na era da convergência.

Esta tese se soma a outras pesquisas que registram a história do rádio amazonense, oferecendo elementos para interpretações e continuação de estudos sobre a área. O arcabouço de discussões da pesquisa também coloca o rádio como sistema vivo dentro de um grande ecossistema. Mas, certamente, a maior contribuição desta tese se insere na construção do panorama do início do processo de migração do rádio AM para FM no Amazonas, com subsídios sobre os impactos na estrutura da radiodifusão sonora local.

Fica a inquietação quanto às emissoras de Ondas Médias que não conseguiram migrar, no Amazonas. O decreto de migração prevê que essas rádios poderão optar pela atuação em OT, já que as OMs serão excluídas. Como a necessidade de se comunicar faz parte da essência do ser vivo, é possível afirmar que nessas localidades os moradores reorganizarão seus sistemas comunicacionais a seu modo, a exemplo dos indígenas do Alto Rio Negro, que montaram uma rede de comunicadores.

Experiências radiofônicas populares parecem se aproximar mais dessa reorganização. Há algo de mágico acontecendo sob a copa das árvores da floresta, uma sinfonia de vozes que se comunicam por meio de sons como faziam as antigas comunidades ligadas pelos tambores tribais (MCLUHAN, 2005). Esse processo evolutivo e de adaptação revela que a vida é uma poesia, tem na sua essência o devir, se reinventando constantemente (MATURANA, 2001). É dever da ciência estudar e compreender esses fenômenos.

Cabe aqui fazer sugestões para que se utilize o rádio como instrumento de políticas de desenvolvimento no Amazonas. Como o decreto de migração não representou grandes mudanças para as rádios fora do eixo Manaus, é preciso promover essa possibilidade para emissoras que estão à margem do processo.

Outra questão a ser observada é o tempo destinado à programação local nas emissoras que retransmitem grandes redes radiofônicas, pois, é preciso preservar a identidade amazonense, considerando as suas particularidades.



Também é necessário planejamento para a chegada de novas tecnologias. Programas de desenvolvimento devem ser criados para estabelecer parcerias entre pesquisadores e as emissoras amazonenses, com o intuito de antever problemáticas e perspectivas para o rádio.

Se o Sistema Brasileiro de Rádio Digital for implantado, boa parcela das rádios amazonenses já terá condições de experienciar esse novo momento do rádio, e a migração das emissoras que operavam no AM terá sido uma fase fundamental nesse processo.

Com a migração, a cultura de se ouvir rádio tende a se reconfigurar. As estratégias que envolvem as mídias digitais já têm provocado mudanças: o ouvinte/internauta participa da programação com mensagens de texto ou voz via WhatsApp, Facebook, Instagram, entre outras mídias; baixa aplicativos próprios para ouvir a programação ou simplesmente ouve/assiste os conteúdos veiculados pelas ondas hertzianas quando estes são publicados na internet.

Fenômenos como a migração de AM para FM ultrapassam o campo tecnológico e são altamente complexos, influenciando em diversos aspectos, como economia, cultura e cotidiano, tudo está conectado. Enquanto fenômeno complexo, a migração trouxe o desconhecido e o mistério, o temor do caos, mas dentro dela mesma houve resposta suave, em forma de poesia (MORIN, 1977, p.350). O rádio não desaparecerá nas comunidades em que as Ondas Médias serão desligadas; ele está se reinventando de forma poética.

Sobretudo, a partir da migração, desenha-se um novo ecossistema radiofônico autopoietico no Amazonas. Este sistema dispõe o conteúdo sonoro como centro das conexões, interagindo com diferentes formatos de rádio e as demais mídias, integrando uma grande rede que representa a complexidade retroalimentando as convergências.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Maria da Conceição de. **Complexidade, do casulo à borboleta.** *In:* CASTRO, Gustavo de; CAVALHO, Edgar de Assis; ALMEIDA, Maria da Conceição de (orgs.). Ensaio de complexidade. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2006, p.21-41.
- ALVES, Rosental Calmon. **Radiojornalismo e a linguagem coloquial** *In:* MEDITSCH, Eduardo. (Org.). Teorias do rádio – textos e contextos. Vol. I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 163-168.
- ANDRADE, Arnaldo dos Santos. **Entrevista com profissionais do rádio - Difusora** [ago.2017]. Entrevistadora: Edilene Maфра. Manaus, 2017. 1 arquivo em vídeo.
- ANDRADE, Mario de. **A língua radiofônica.** *In:* MEDITSCH, Eduardo. (Org.). Teorias do rádio – textos e contextos. Vol. I. Florianópolis: Insular, 2005. p.113-128.
- AZEVEDO, Lia C. **No tempo do rádio: radiodifusão e cotidiano no Brasil – 1923 a 1960.** Tese de doutorado apresentada ao curso de história da UUniversidade Federal Fluminense. Niterói (RJ), 2002.
- BARBOSA, Walmir Albuquerque. **O regatão e suas relações de comunicação na Amazônia.** São Paulo, Universidade de São Paulo, 1980. (Dissertação de Mestrado).
- \_\_\_\_\_. **A pesquisa em comunicação na Amazônia.** *In:* BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvando J. de Moraes (Orgs.). Comunicação em tempos de redes sociais: afetos, emoções, subjetividades. São Paulo: Intercom, 2013.
- \_\_\_\_\_. **Lições sobre o cotidiano.** A construção teórica para a análise científica do cotidiano. Manaus: Valer/Fapeam, 2015.
- BATISTA, Djalma. **O Complexo da Amazônia: Análise do processo de desenvolvimento.** 2aed. Manaus: Valer, 2007.
- BERTALANFFY, Ludwing von. **Teoria Geral dos sistemas: fundamentos, desenvolvimento e aplicações.** 6ªed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2012.

BENCHIMOL, Samuel. **Meio ambiente e desenvolvimento: a Amazônia e o terceiro milênio.** Parcerias estratégicas. N.9. Out. 2000. Disponível em: [http://seer.cgee.org.br/index.php/parcerias\\_estrategicas/article/viewFile/113/106](http://seer.cgee.org.br/index.php/parcerias_estrategicas/article/viewFile/113/106). Acesso em 19 nov 2012.

\_\_\_\_\_. **Amazônia – Formação Social e Cultural.** 3ª ed. Manaus: Editora Valer, 2009.

BIANCO, Nélia R. **E tudo vai mudar quando o digital chegar.** 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-radio-digital.pdf>. Acesso em 20 jun. 2017.

\_\_\_\_\_. **O tambor tribal de McLuhan.** In: MEDITSCH, Eduardo. (Org.). Teorias do rádio – textos e contextos. Vol. I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 153-162.

\_\_\_\_\_. **O futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital.** In: FERRARETTO, Luiz Artur, KLÖCKNER, Luciano (Orgs.). E o rádio?: novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

\_\_\_\_\_.; ESCH, Carlos Eduardo. **Condições de adaptação do rádio brasileiro à tecnologia de difusão digital.** Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 9, n. 18, jul./dez. 2010. p.159-174.

\_\_\_\_\_. **Rádio e o cenário da convergência tecnológica** In: BIANCO, Nelia R. (Org.) O Rádio Brasileiro na Era da Convergência. Coleção GP'S : grupos de pesquisa. Vol. 5. São Paulo: INTERCOM, 2012. p. 16-37.

\_\_\_\_\_. **Atuação do Conselho Consultivo do Rádio Digital: em busca de um formato de digitalização adequado à realidade brasileira.** CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36, 2013, Manaus, AM. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0062-1.pdf>, acesso em mar/2014.

\_\_\_\_\_. **Processo de Implantação do Rádio Digital no Brasil: processo inacabado** In: ZUCULOTO, Valci; LOPEZ, Debora; KISCHNHEVSKY, Marcelo. (Orgs.) Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. Coleção GPs Grupo de Pesquisa. Vol. 22. São Paulo: Intercom, 2016. p. 294-308.

BETTI, Juliana Cristina Gobbi. **A especificidade das redes de rádio all-news brasileiras: os casos da BandNews FM e da CBN** [dissertação]. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC, 2009.

\_\_\_\_\_. **As Redes de Rádio no Brasil: estratégia e desenvolvimento.** In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom Nacional), 2011, Pernambuco. Anais.Pernambuco, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2774-1.pdf>. Acesso em 05 jul 2017.

\_\_\_\_\_. **Migração das emissoras em amplitude modulada: as vozes do novo dial brasileiro.** In: X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e V Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã, Bauru/SP, 2015. Disponível em: <https://www.unicentro.br/redemc/2015/anais/DT4/DT4-1.pdf>. Acesso em 05 jul 2017.

BOSI, Alfredo. **Cultura brasileira e cultura brasileiras.**1992. Disponível em: < <file:///C:/Users/infostore/Downloads/BOSI%20%20Cultura%20brasileira%20e%20culturas%20brasileiras.pdf>> Acesso em 10 jul 2016.

BRASIL, Marcelo de Lima. **Manual do radialista: aspectos históricos e legais do rádio.** São Paulo: VidaLivros, 2012.

BREITENBACH, Jerônimo. **RADIODIFUSÃO NO BRASIL: Avanços e retrocessos e a migração das emissoras em AM para FM.** 71 f. TCC em Direito. Unijuí. Ijuí/SC, 2016. Disponível em: [http://bdm.unb.br/bitstream/10483/12196/1/2015\\_CamilaCristinaCurado.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/12196/1/2015_CamilaCristinaCurado.pdf). Acesso em 02 ago 2016.

BUFARAH JUNIOR, A. **Rádio na internet, convergência de possibilidades.** CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26, 2003, Belo Horizonte, Anais eletrônicos... São Paulo: Intercom, 2003. [cd-rom]. Disponível em: <https://docplayer.com.br/3355915-Radio-na-internet-convergencia-de-possibilidades-alvaro-bufarah-junior-faap.html>. Acesso em 07 maio 2009.

\_\_\_\_\_. **O rádio diante das novas tecnologias de comunicação: uma nova forma de gestão.** E-COM (Belo Horizonte), v. 2, p. 1-15, 2009.

\_\_\_\_\_. **Análise sobre o impacto da globalização na gestão das emissoras de rádio brasileiras** In: ZUCULOTO, Valci; LOPEZ, Debora; KISCHNHEVSKY, Marcelo. (Orgs.) Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da

Intercom. Coleção GPs Grupo de Pesquisa. Vol. 22. São Paulo: Intercom, 2016. p. 309-326.

BURKE, Peter. **Hibridismo cultural**. São Leopoldo: Editora da UNISINOS, 2003.

CABRALa, Eula D.T. **História da Televisão Amazonense**. In: 1º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2003, Rio de Janeiro. 1º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2003.

CABRALb, Trícia. **Cinema Rebelde**. Manaus: Editora Valer e Governo do Estado do Amazonas, 2003.

CAMELO, Antônio. **Atuando desde 1919, a Rádio Clube de Pernambuco é a pioneira no Brasil**. In: MARANHÃO FILHO, Luiz. Raízes do rádio. Olinda (PE): Ed. do organizador, 2012.

CAMPOS, María A. Gabino; PESTANO, José Manuel. **La radio digital: análisis de la difusión web**. In: Web para profesionales de la comunicacion ibero-americanos. Artículos. Vol.2. Ano 2006. Disponível em <https://www.saladeprensa.org/>. Acesso em 10 ago 2017.

CANDIOTTO, Mário Henrique. **RÁDIO CLUBE DE LAGES, DE AM PARA FM**. Relatório de Estágio Supervisionado do Curso de Engenharia Elétrica. UNIPLAC. Lages/SC, 2016. Disponível em: <http://revista.uniplac.net/ojs/index.php/engeletrica/article/view/1979>. Acesso em 08 ago 2017.

CARVALHO, Samantha Viana Castelo Branco Rocha In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. Orgs. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. p. 110-124.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Cultrix, 2005.

\_\_\_\_\_. **A teia da vida**. São Paulo: Cultrix, 2006.

CHAGAS, Genira. **Radiodifusão no Brasil: poder, política, prestígio e influência**. São Paulo: Atlas, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

CONCEIÇÃO, Francisco Alberto da Silva. **Entrevista com gestores de rádio – Rio Mar** [out.2017]. Entrevistadora: Manoela Mendes Moura. Manaus, 2017. 1 arquivo em áudio.

COSTA, Nelson Pereira. **Marketing para empreendedores**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

COSTA, Selda Vale da; LOBO, Narciso J. F. **Hoje tem Guarany**. São Paulo: Edição dos Autores, 1983.

CURADO, Camila. **MIGRAÇÃO DE RÁDIOS AM PARA FM: Processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica**. 194 f. TCC em Jornalismo. UNB. Brasília/DF, 2015. Disponível em: [http://bdm.unb.br/bitstream/10483/12196/1/2015\\_CamilaCristinaCurado.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/12196/1/2015_CamilaCristinaCurado.pdf). Acesso em 02 ago 2016.

DANTAS, Jane. **Redes informacionais de comunicação e de mobilização social: estratégia da colônia dos pescadores de Z4 de Tefé/AM**. 2010. 150 f. Dissertação (Mestrado em Sociedade e Cultura na Amazônia) - Universidade Federal do Amazonas, Amazonas, 2010.

DIEHL, Astor; TATIM, Denise. **Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DINIZ, Rafael. **O Sistema Brasileiro de Rádio Digital, os diferentes padrões existentes e a definição de um novo perfil do Ginga pensado para ser o middleware do SBRD** In: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO RÁDIO DIGITAL. Disponível em: [http://www.drm-brasil.org/sites/drm.sarava.org/files/radio\\_digital\\_telemidia\\_01.pdf](http://www.drm-brasil.org/sites/drm.sarava.org/files/radio_digital_telemidia_01.pdf). Acesso em 18 dez 2016.

DOMINGUES, Ivan. **O Grau zero do conhecimento. O problema da fundamentação das ciências humanas**. São Paulo: Loyola, 1999.

DUARTE, Durango Martins. **A Imprensa Amazonense: chantagem, politicagem e lama**/ Durango Martins Duarte. 1ª ed. Manaus: DDC Comunicações LTDA-EPP, 2015.

\_\_\_\_\_. **Crônica de Manaus: Josué Claudio de Souza** - Publicações em 1946. Manaus: Instituto Durango Duarte, 2016.

FARIAS, Karina Woehl de. **A programação no rádio AM + FM: especificidades de um meio em migração**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO,

2017, Curitiba, PR. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0780-1.pdf>. Acesso em 10 out 2017.

FEDERICO, M. E. Bonavita. **A História da comunicação: rádio e televisão**. Petrópolis: Vozes, 1982.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Roquette-Pinto e o ensino pelo rádio: ainda estamos no início do começo** *In*: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília, DF. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0124-1.pdf>. Acesso em 31 jul 2015.

\_\_\_\_\_. **Rádio - O veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzato, 2007.

\_\_\_\_\_. **Roquette-Pinto e o ensino pelo rádio** *In*: MEDITSCH, Eduardo; ZUCUOLOTO, Valci. (Orgs.). Teorias do rádio – textos e contextos. Vol. 2. Florianópolis: Insular, 2008. p. 27-35.

\_\_\_\_\_. **O rádio diante das novas tecnologias de comunicação: uma nova forma de gestão**. *In*: FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano (orgs). E o rádio?: novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. p. 577 –592.

\_\_\_\_\_. **Rádio – Teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

FERREIRA, P. R. **Após o regatão, o rádio e a televisão**. *In*: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 3., 2005, Novo Hamburgo. Anais... Novo Hamburgo: Alcar, 2005. Disponível em: [https://plone.ufrgs.br/alcar/acl\\_users/credentials\\_cookie\\_auth/require\\_login?came\\_from=http%3A//www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/3o-encontro-2005-1](https://plone.ufrgs.br/alcar/acl_users/credentials_cookie_auth/require_login?came_from=http%3A//www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/3o-encontro-2005-1). Acesso em 2 mar 2017.

FIDLER, Roger F. **Mediamorphosis: understanding new media**. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 1997.

FRANCO, Carlos Roberto Pereira. **As horas se foram... pior para os minutos e os segundos**. *In*: DÂNGELO, Newton; SOUZA, Sandra Sueli Garcia de (Orgs.). 90 Anos de rádio no Brasil. Uberlândia: Edefu, 2016. P.129-143

FRAXE, Therezinha J.P. **Cultura Cabocla-Ribeirinha: mitos, lendas e transculturalidade**. São Paulo: Editora Annablume, 2004.

HAUSMAN, Carl. **Rádio: produção, produção, programação e performance**. Tradução de Marleine Cohen. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

HAUSSEN, Doris. **Rádio brasileiro: uma história de cultura, política e integração**. In: BARBOSA FILHO, André; PIOVESAN, Ângelo; BENETON, Rosana (Orgs.). *Rádio – sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004, p. 51-62.

HERREROS, Mariano Cebrián. **La radio em el entorno de las multiplataformas de comunicaciones**. COLÓQUIO O FUTURO DO RÁDIO. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife, PE. Disponível em: [files.me.com/mariaclaudiasantos/r29m3f.mp3](http://files.me.com/mariaclaudiasantos/r29m3f.mp3). Acesso em 04 ago 2016.

JANSEN, Clifford. **Some Sociological Aspects of Migration**. In: JACKSON, J.A. *Migration, Sociological Studies Vol.II*. New York: Cambridge University Press, 1969. p.60-73.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LEITE, Ricardo Costa. **Estratégias Empresariais da Radiodifusão Pública e Privada**. Lisboa: Formalpress, 2010.

LEMOS André. **Cidade-ciborgue: a cidade na cibercultura**. *Galáxia*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. Nº8. Outubro de 2004. p.129-148. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/1385/866>. Acesso em 20 out 2016.

LOBO, Narciso Júlio. **A tônica da descontinuidade. Cinema e política em Manaus na década de 60**. Manaus: UA, 1994.

LOPEZ, Debora. **(Re) Construindo o conceito de audiência no rádio em cenário de convergência** In: ZUCULOTO, Valci; LOPEZ, Debora; KISCHNHEVSKY, Marcelo. (Orgs.) *Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom*. Coleção GPs Grupo de Pesquisa. Vol. 22. São Paulo: Intercom, 2016. p. 226-342.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.



MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 14 ed. São Paulo: Cultrix, 2005.

MADEIRA, Jamila Muhammad. **Radiojornalismo em Manaus: Produção e Consumo**. 30 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal do Amazonas, Amazonas, 1986.

MAFRA, Edilene; SILVEIRA, Carla Liliane Costa da; SILVA, Fabiane Ferreira da; MOURA, Manoela Mendes; ARAÚJO, Rômulo Assunção. **O rádio no país das Amazonas em tempos de internet** In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom Nacional), 2011, Pernambuco. Anais... Pernambuco, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2572-1.pdf>. Acesso em 20 jun 2017.

\_\_\_\_\_. **A divulgação científica radiofônica em tempos de internet: um estudo sobre as adaptações do Rádio com Ciência ao ambiente da web**. 193 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) - Universidade Federal do Amazonas, 2011.

\_\_\_\_\_. MONTEIRO, Gilson. **Radiodifusão no Amazonas: perspectivas para a implantação do Rádio Digital** In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom Nacional), 2014, Paraná. Anais... Paraná, 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-0361-1.pdf>. Acesso em 20 jun.2017.

MARTÍNEZ-COSTA, Maria Del Pilar. **Un nuevo paradigma para la radio. Sobre convergencias y divergencias digitales** In: MARTINEZ-COSTA, María Del Pilar (coord). Reinventar La Radio. Pamplona: Eunate, 2001.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.

\_\_\_\_\_. **Teoria das Mídias Digitas: linguagens, ambientes, redes**. 2ªed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2015.

MATURANA, Humberto. **Cognição, ciência e vida cotidiana**. Belo Horizonte, UFMG, 2001.

\_\_\_\_\_. VARELA, Francisco (1984). **A árvore do conhecimento - As bases biológicas do conhecimento humano**. Campinas: Ed. Psy, 1995. São Paulo: Ed. Palas Athena, 2004.

MEDITSCH, Eduardo. **O ensino do radiojornalismo em tempos de internet.** *In:* XXIV Congresso da INTERCOM – Sociedade de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Campo Grande, MS: 2001.

MELLO, Thiago de. **Manaus: amor e memória.** 4ª edição. Manaus: Editora Valer, Prefeitura de Manaus, 2004.

MELO, Valdir Correia de. **Entrevista com gestores de rádio – Band News Difusora** [nov.2017]. Entrevistadora: Edilene Mafra. Manaus, 2017. 1 arquivo em áudio.

MITOZO, Paulo Roberto Guerra. **Entrevista com profissionais do rádio - Difusora** [nov.2017]. Entrevistadora: Edilene Mafra. Manaus, 2017. 1 arquivo em vídeo.

MONTEIRO, Gilson. **Panorama do rádio em Manaus** *In:* PRATA, Nair. (Org.). Panorama do rádio no Brasil. Vol.1. Florianópolis: Insular, 2011. p. 303-324.

\_\_\_\_\_. COLFERAI, Sandro Adalberto. **Por uma pesquisa amazônica em Comunicação: provocações para novos olhares.** *In:* MALCHER, Maria Ataíde; SEIXAS, Netília Silva dos Anjos; LIMA, Regina Lúcia Alves de; FILHO, Otacílio Amaral (Org.). Comunicação Midiatizada na e da Amazônia. Belém: FADESP, 2011.

MONTEIRO, Irecê Barbosa. **Favor transmitir ao Destinatário (uma análise semiológica dos avisos de rádio no Amazonas).** Manaus: Ed. da Univ. do Amazonas, 1996.

MONTEIRO, Jorgemar. **Fundação Rede Amazônica – Duas décadas e meia de dedicação à formação do homem da Amazônia.** Manaus: Editora Valer, 2010.

MORIN, E. **O Método. I. A Natureza da Natureza.** 2. ed. Mem Martins: Publicações Europa América, 1977.

\_\_\_\_\_. **Introdução ao pensamento complexo.** 4ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MOURA, Manoela M. 146 f. **Rádio: um estudo ecossistêmico do meio radiofônico na internet.** Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) - Universidade Federal do Amazonas, 2015.

MOURA, Manoela M.; MAFRA, Edilene; BARBOSA, Walmir. **Rádio: um sistema autopoietico da contemporaneidade.** *In:* XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte (Intercom Norte), Manaus. Anais... AM, 2017. Disponível em:

<http://portalintercom.org.br/anais/norte2017/resumos/R54-0852-1.pdf>. Acesso em 20 jul 2017.

NOGUEIRA, Luiz Eugênio. **Rádio do País das Amazonas**. Manaus: Valer, 1999.

OLIVEIRA, Adriane. **Entrevista com gestores de rádio – Baré (CBN)** [nov.2017]. Entrevistadora: Edilene Mafra. Manaus, 2017. 1 arquivo em e-mail.

OURIQUE, Yago Dornelles. **Perspectivas Sobre a Evolução da Radiodifusão no Brasil**. In: Revista Sonora, Nº9, V.5, 2014. Disponível em: <https://www.publionline.iar.unicamp.br/index.php/sonora/article/view/673>. Acesso em 18 jul 2017.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação de conteúdo**. São Paulo: Summus: 1985.

PAULA, Genival José de. **Entrevista com profissionais do rádio - Difusora** [nov.2017]. Entrevistadora: Edilene Mafra. Manaus, 2017. 1 arquivo em áudio.

PEREIRA, Mirna Feitoza. **Ecosistemas Comunicacionais: uma proposição conceitual**. In: MALCHER, M. A.; SEIXA, N. S.dos Anjos; LIMA, R. L. Alves de, FILHO, O. Amaral (Org.). Comunicação Midiatizada na e da Amazônia. Belém: FADESP, 2011. P.49-63.

PÉRES, Jefferson. **Evocação de Manaus – como eu a vi ou sonhei**. Manaus: Editora Valer, 2002.

PINHEIRO, Larissa Balieiro. **Entrevista com profissionais do rádio - Difusora** [out.2017]. Entrevistadora: Edilene Mafra. Manaus, 2017. 1 arquivo em áudio.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus. 2003.

PIRES, Danielle. **Entrevista com gestores de rádio – Princesa do Solimões** [nov.2017]. Entrevistadora: Edilene Mafra. Manaus, 2017. 1 arquivo em áudio.

PINTO, Ernesto R.M.F. **Pensamento Social Brasileiro na Amazônia** In: Textos & Debates, Boa Vista, n.27, v.1., p. 13-20, jan./jun. 2015. Disponível em: <https://revista.ufrb.br/textosedebates/article/view/2937>. Acesso em 20 jan 2017.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil**. São Paulo: Editora Da Boa Prosa, 2012.

PRATA, Nair. **Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação**. Belo Horizonte: Insular, 2009.

PRATA, Nair; MARTINS, Henrique Cordeiro. **A web-rádio como business**. Comunicação e Sociedade, vol. 20, 2011, pp. 129-140. Disponível em: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/887>. Acesso em 18 out 2017.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

\_\_\_\_\_. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

\_\_\_\_\_. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTOSa, Anderson Almeida dos. **Entrevista com gestores de rádio – Rio Mar** [nov.2017]. Entrevistadora: Edilene Mafra. Manaus, 2017. 1 arquivo em áudio.

SANTOS, Bruna Flores. CAMPOS, Deivison Moacir Cezar de. **A migração das emissoras radiojornalísticas para o FM em Porto Alegre**. Revista Rádio-Leituras, Mariana-MG, v. 07, n. 02, pp. 139-164 jul./dez. 2016.

SANTOSb, Maria Jerusalém dos. **Entrevista com profissionais do rádio - Aposentada** [nov.2017]. Entrevistadora: Edilene Mafra. Manaus, 2017. 1 arquivo em vídeo.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 5ª.ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SCHULBERG, Bob. **Radio Advertising: the authoritative handbook** (1989). Edição mexicana: Publicidad Radiofónica, el manual autorizado. Mexico, McGraw-Hill Interamericana, 1992.

SCHWAMBORN, Thomas. **Entrevista com gestores de rádio – Educação Rural de Tefé** [nov.2017]. Entrevistadora: Eliena Monteiro de Jesus. Manaus, 2017. 1 arquivo em áudio /telefone.

SCHWINGEL, Carla. **Mídias Digitais: produção de conteúdos para a web**. São Paulo: Paulinas, 2012.

SCORSIM, Ericson Meister. **Direito das Comunicações: serviços de telecomunicações (móvel pessoal e telefonia fixa), acesso à internet, TV por radiodifusão e TV por assinatura.** 1. ed. Curitiba: Edição do autor, 2016.

SERRANO, Francisco Perujo. **Pesquisar no labirinto: a tese de doutorado, um desafio possível.** Tradução: Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2011.

SILVA<sup>b</sup>, Cristovão Nonato da. **Entrevista com profissionais do rádio – CBN Amazônia (Baré)** [out.2017] Entrevistadora: Edilene Mafra. Manaus, 2017. 1 arquivo em vídeo.

SILVA<sup>a</sup>, Charles Cunha da. **Entrevista com gestores de rádio – Rio Mar** [out.2017]. Entrevistadora: Manoela Mendes Moura. Manaus, 2017. 1 arquivo em áudio.

SOUZA FILHO, Josué Claudio de. **Entrevista com profissionais do rádio - Difusora** [nov.2017] Entrevistadora: Edilene Mafra. Manaus, 2017. 1 arquivo em vídeo.

TOURAINÉ, Alain. **Pensar Outramente: o discurso interpretativo dominante.** Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

TOWNSEND, Clifford. **Fundamentos da Ecologia.** 3ª Ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

VALENTE, Jonas. **Regulação democrática dos meios de comunicação.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2013.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital.** São Paulo: Edições Loyola, 2003.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 5ªed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

## **ANEXOS**



**Presidência da República**  
**Casa Civil**  
**Subchefia para Assuntos Jurídicos**

**DECRETO Nº 8.139, 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.

**A PRESIDENTA DA REPÚBLICA**, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, **caput**, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto nos arts. 33, § 1º e 35 da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, bem como o que prevê o art. 11, §§ 1º e 2º do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, aprovado pelo Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963,

**DECRETA:**

Art. 1º A extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local observará o disposto neste Decreto.

Art. 2º As outorgas para execução do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias poderão ser adaptadas para outorgas para execução do serviço de radiodifusão sonora em frequência modulada.

§ 1º As prestadoras do serviço de que trata o **caput** deverão apresentar requerimento ao Ministério das Comunicações solicitando a adaptação de suas outorgas no prazo máximo de um ano, contado da data de publicação deste Decreto.

§ 2º Após a apresentação do pedido de adaptação de outorga nos termos do § 1º, a emissora deverá manter a sua operação em ondas médias até a decisão final do Ministério das Comunicações.

§ 3º No caso de deferimento do pedido de que trata o § 1º, a entidade será convocada para assinar o respectivo termo aditivo junto ao Ministério das Comunicações, devendo pagar o valor correspondente ao uso de radiofrequência, a ser definido pela Anatel, e o valor da outorga de radiodifusão sonora em frequência modulada.

§ 4º O pagamento do valor correspondente à outorga será efetuado em parcela única e corresponderá à diferença entre os preços mínimos de outorga estipulados pelo Ministério das Comunicações para cada tipo de serviço e grupo de enquadramento, referente à respectiva localidade.

§ 5º Formalizada a adaptação, a emissora ficará sujeita às normas específicas de funcionamento do serviço de radiodifusão sonora em frequência modulada, mantidas as demais condições previstas no instrumento de outorga original, inclusive no que concerne à localidade de execução do serviço e ao seu prazo de vigência, sem prejuízo de sua renovação, nos termos da legislação em vigor.

Art. 3º O deferimento do requerimento a que se refere o § 1º do art. 2º ficará condicionado à comprovação de:

I - regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da entidade, ou outra equivalente, na forma da lei, inclusive no que concerne ao Fundo de Fiscalização das Telecomunicações - Fistel;

II - regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

III - inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo [Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943](#); e

IV - viabilidade técnica para execução do serviço em frequência modulada.

§ 1º A adaptação deve seguir o seguinte enquadramento, de acordo com as faixas de serviço atualmente outorgadas:

§ 2º Deferido o pedido de que trata o § 1º do art. 2º, a entidade e as pessoas que integram o seu quadro societário e diretivo ficarão submetidas ao limite de duas outorgas de serviço de radiodifusão sonora em frequência modulada na localidade objeto da adaptação, sem prejuízo da aplicação do limite previsto no [art. 14, § 3º, do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, aprovado pelo Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963](#), sobre suas outorgas de serviços de radiodifusão em outras localidades.

§ 3º Em caso de constatação de inviabilidade técnica, o pedido será indeferido, devendo a entidade manter sua operação em ondas médias nas condições anteriormente aprovadas pelo Ministério das Comunicações, ressalvado o disposto no § 1º do art. 4º.

Art. 4º Alternativamente ao disposto no art. 2º, as prestadoras do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local poderão, no prazo de um ano, contado da data de publicação deste Decreto, solicitar ao Ministério das Comunicações o reenquadramento de suas outorgas para caráter regional.

§ 1º As prestadoras referidas no **caput**, cujos pedidos de adaptação para outorga de radiodifusão sonora em frequência modulada sejam indeferidos em razão de inviabilidade técnica, poderão efetuar a solicitação de reenquadramento no prazo de 180 dias, contados da data de notificação da decisão.

§ 2º A alteração de que trata o **caput** não será onerosa e, no caso de deferimento, a entidade será convocada para assinar termo aditivo junto ao Ministério das Comunicações.

Art. 5º No prazo de até cento e vinte dias do deferimento do pedido de adaptação disposto no art. 2º ou do pedido de reenquadramento a que se refere o art. 4º, as entidades outorgadas deverão apresentar projeto técnico ao Ministério das Comunicações, nos termos da legislação vigente.

Art. 6º A partir da publicação deste Decreto:

I - não serão concedidas novas outorgas para a prestação dos serviços de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local; e

II - apenas serão admitidas renovações e transferências de outorgas, bem como alterações na composição societária da prestadora referentes à prestação dos serviços de radiodifusão sonora em ondas médias para prestadoras que efetuem a adaptação de que trata o art. 2º ou o reenquadramento previsto no art. 4º.



Parágrafo único. Enquanto não forem apreciados os pedidos de adaptação ou de reenquadramento, serão admitidos os atos referidos no inciso II do **caput**, sem prejuízo da celebração do termo aditivo de que trata o § 3º do art. 2º e § 2º do art. 4º, no momento da decisão definitiva.

Art. 7º Formalizada a adaptação ou o reenquadramento previstos neste Decreto, os canais utilizados para a execução do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias serão devolvidos à União, ressalvado o disposto no § 2º do art. 8º.

Art. 8º O Ministério das Comunicações expedirá instruções complementares ao disposto neste Decreto.

§ 1º Na hipótese de utilização de canal em faixa estendida de frequência modulada para a adaptação de que trata o art. 2º, o Ministério das Comunicações:

I - poderá autorizar, por um prazo de até cinco anos, a transmissão simultânea do sinal da entidade em ondas médias e frequência modulada; e

II - adotará as providências necessárias para que os terminais estejam aptos a receberem os sinais da faixa estendida de frequência modulada.

§ 2º Findo o prazo de que trata o inciso I do § 1º, os canais utilizados para a execução do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias serão devolvidos à União.

Art. 9º O Regulamento de Serviços de Radiodifusão, aprovado pelo [Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963](#), passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 11. ....

.....

§ 5º Quando da expedição do ato de autorização com as novas características técnicas, a concessionária, permissionária ou autorizada deverá recolher o valor correspondente ao uso de radiofrequência, a ser definido pela Anatel, assim como o valor correspondente à outorga, tendo por base a diferença entre os preços mínimos estipulados pelo Ministério das Comunicações para cada grupo de enquadramento.

.....”  
(NR) “Art. 28.

.....

.....

18 - apresentar ao Ministério das Comunicações, na forma e periodicidade estabelecidas na regulamentação, os dados e as informações pertinentes aos serviços de radiodifusão que lhe sejam solicitados.” (NR)

Art. 10. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 7 de novembro de 2013; 192º da Independência e 125º da República.

DILMA ROUSSEFF  
*Paulo Bernardo Silva*

**ANEXO B:** PORTARIA Nº 6467 - ALTERAR A PORTARIA N.º 127, DE 12 DE MARÇO DE 2014, PUBLICADA NO DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO DE 13 DE MARÇO DE 2014, QUE DISPÕE SOBRE OS PROCEDIMENTOS ADAPTAÇÃO DE OUTORGA DE RADIODIFUSÃO SONORA EM ONDAS MÉDIAS



**PORTARIA Nº 6467/2015/SEI-MC**

**DE 24 DE NOVEMBRO DE 2015**

*Alterar a Portaria n.º 127, de 12 de março de 2014, publicada no Diário Oficial da União de 13 de março de 2014, que dispõe sobre os procedimentos de adaptação de outorga de radiodifusão sonora em ondas médias para o serviço de radiodifusão sonora em frequência modulada, e dá outras providências.*

O **MINISTRO DE ESTADO DAS COMUNICAÇÕES**, no uso de suas atribuições que lhe confere o art. 223 da Constituição Federal, e com base na Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, e no Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, aprovado pelo Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963, c/c o Decreto nº 8.139, de 7 de novembro de 2013,

**RESOLVE:**

Art. 1º A Portaria n.º 127, de 12 de março de 2014, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art.3º.....

§ 6º Na hipótese prevista no §2º deste artigo, as transmissões necessariamente deverão apresentar o mesmo conteúdo”. (NR)

"Art.4º-A. As entidades que tenham apresentado requerimento no prazo estabelecido pelo §1º do artigo 2º do Decreto n.º 8.139, de 7 de novembro de 2013, deverão apresentar os documentos complementares necessários à conclusão do processo, conforme o

cronograma constante do Anexo III e efetuar o pagamento do valor correspondente à tabela contida no Anexo IV.

§ 1º Para fins do disposto no *caput*, as entidades devem apresentar os documentos complementares solicitados pela SCE, nos quais se inclui o formulário preenchido conforme Anexo V.

§ 2º Caso a entidade não apresente a documentação em 90 dias contados a partir da data prevista no Cronograma contido no Anexo III, terá o processo deslocado para o Lote Residual.

§ 3º Todas as exigências para fins de adaptação das outorgas contidas nesta Portaria deverão ser impreterivelmente concluídas até 90 dias do início do prazo do Lote Residual previsto no Anexo III, sob pena de indeferimento do pedido.

§4º Os processos cujos canais ainda não estejam disponíveis terão os prazos interrompidos até que ocorra a disponibilidade do respectivo canal por meio de inclusão no Plano de Atribuições de Canais administrado pela Anatel”. (NR)

“Art.5º.....

§ 1º O cálculo do valor relativo à adaptação da outorga será efetuado com base em metodologia definida pelo Ministério das Comunicações, levando em consideração, além do disposto no *caput*, os seguintes critérios:

I - potência da rádio;

II - população; e

III - classificação do município, conforme grupos de enquadramento contido no Anexo VI.

§ 2º O valor mencionado no §1º deste artigo, indicado no Anexo “IV” desta Portaria, deverá ser recolhido em parcela única no prazo de até noventa dias da sua emissão, não sendo admitida prorrogação.

§ 3º Quando a adaptação da outorga implicar a utilização da faixa atualmente ocupada pelos serviços de radiodifusão de sons e imagens e de retransmissão de televisão, compreendidos na frequência de 76 a 88 MHz, a emissão do boleto de pagamento pelo Ministério das Comunicações ocorrerá após o encerramento das transmissões do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias, observado o disposto no art. 8º do Decreto n.º 8.139, de 7 de novembro de 2013.

§ 4º Após o pagamento do boleto, a SCE expedirá o ato referente à adaptação de outorga.

§ 5º As entidades que estiverem alocadas no 1º Lote do Anexo III e não efetuarem o pagamento no prazo fixado no boleto serão deslocadas para o Lote Residual, por meio do qual, após nova instrução, será expedido novo boleto.

§ 6º Incidirá atualização monetária sobre os valores contidos no Anexo IV desta Portaria, que será calculada aplicando-se o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA entre a data de vigência desta Portaria e a data da emissão do boleto.

§ 7º A tabela de enquadramento dos municípios nos respectivos Grupos previstos no Anexo VI estará disponibilizada no sítio eletrônico do Ministério das Comunicações, no endereço [www.mc.gov.br](http://www.mc.gov.br)". (NR)

.....

"Art.8º.....

IV - não pagamento do valor correspondente à adaptação da outorga, no prazo previsto no art. 5º desta Portaria". (NR)

Art. 2º A Portaria n.º 127, de 12 de março de 2014, passa a vigorar acrescida dos anexos constantes desta Portaria.

Art. 3º Esta Portaria entra em vigor no dia 21 de dezembro de 2015.

**ANEXO C: RELAÇÃO DE PROTOCOLOS DOS PEDIDOS DE ADAPTAÇÃO DA OUTORGA**



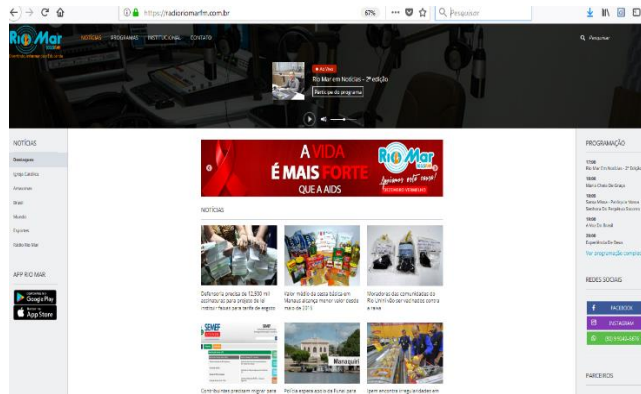
**MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES**  
Secretaria de Serviços de Comunicação Eletrônica

**RELAÇÃO DE PROTOCOLOS DOS PEDIDOS DE ADAPTAÇÃO DE OUTORGAS DO SERVIÇO DE RADIODIFUSÃO SONORA EM ONDA MÉDIA**

ENTIDADE	UF	LOCALIDADE	Nº DO SEQUENCIAL	Nº DO PROTOCOLO
FUNDAÇÃO DE CULTURA E COMUNICAÇÃO ELIAS MANSOUR	AC	Sua-Mulheres	AC_004	25000.017271/2014
FUNDAÇÃO DE CULTURA E COMUNICAÇÃO ELIAS MANSOUR	AC	Pajá	AC_005	25000.017276/2014
FUNDAÇÃO DE CULTURA E COMUNICAÇÃO ELIAS MANSOUR	AC	Taraná	AC_006	25000.017289/2014
FUNDAÇÃO DE CULTURA E COMUNICAÇÃO ELIAS MANSOUR	AC	Yaguá	AC_007	25000.017298/2014
FUNDAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS HUMANOS DA CULTURA E DO DEBATO	AC	Rio Branco	AC_009	25000.017273/2014
FUNDAÇÃO VERDES FLORESTAS	AC	Cruzário do Sul	AC_002	25000.017275/2014
PROGRESSO DO ACRE COMUNICAÇÕES	AC	Rio Branco	AC_008	25000.017267/2014
RÁDIO TELEVISÃO INTEGRADA LTDA	AC	Cruzário do Sul	AC_001	25000.017274/2014
RÁDIO UNIVERSITÁRIA METROPOLITANA LTDA	AC	Rio Branco	AC_009	25000.017282/2014
ALAGOAS COMUNICAÇÃO LTDA	AL	Palmeira das Índias	AL_012	25000.017238/2014
ECOSOL - EMPRESA DE COMUNICAÇÃO NOVO NORDESTE LTDA	AL	Asipicua	AL_004	25000.017255/2014
EMISSORA RIO SÃO FRANCISCO LTDA	AL	Parau	AL_005	25000.017239/2014
IMPRESA DE COMUNICAÇÃO SAMBAJO LTDA	AL	Palmeira das Índias	AL_001	25000.017240/2014
RÁDIO CORREIO DO SERTÃO LTDA	AL	Santana da Junqueira	AL_009	25000.017254/2014
RÁDIO CORREIO DO SERTÃO LTDA	AL	Santana da Junqueira	AL_013	25000.017217/2014
RÁDIO CULTURA DE ARAPIRACA LTDA	AL	Asipicua	AL_007	25000.017226/2014
RÁDIO CULTURA DE ARAPIRACA LTDA	AL	Asipicua	AL_008	25000.017227/2014
RÁDIO GAZETA DE ALAGOAS LTDA	AL	Mocim	AL_002	25000.017343/2014
RÁDIO MAGUARA DO PILAR LTDA	AL	Pilar	AL_015	25000.017218/2014
RÁDIO PRINCIPA DAS MÓDAS LTDA	AL	Vicosa	AL_014	25000.017219/2014
RÁDIO PROGRESSO DE ALAGOAS LTDA	AL	Mocim	AL_016	25000.017216/2014
RÁDIO SOL MAIOR LTDA	AL	Mocim	AL_010	25000.017225/2014
RÁDIO SÉRIAS EL POR DOO LTDA	AL	Pão-de-Açúcar	AL_003	25000.017230/2014
SECRETARIA DO GABINETE CIVIL DO ESTADO ALAGOAS	AL	Mocim	AL_011	25000.017223/2014
SISTEMA IMPERIAL DE COMUNICAÇÃO LTDA	AL	Marçal Dondos	AL_006	25000.017221/2014
IMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO S/A	AM	Manaus	AM_011	25000.018200/2014
FUNDAÇÃO BOAS NOVAS	AM	Manaus	AM_005	25000.018196/2014
FUNDAÇÃO DOMINAQUEM	AM	Tufé	AM_001	25000.018189/2014
FUNDAÇÃO EVANGELI NUNTIANDI	AM	Parintins	AM_007	25000.018198/2014
RÁDIO RARE LTDA	AM	Manaus	AM_006	25000.018195/2014
RÁDIO CLUBE DE PARINTINS LTDA	AM	Parintins	AM_008	25000.018197/2014
RÁDIO DIFUSORA DE ITACAITARA LTDA	AM	Itacaitara	AM_009	25000.018194/2014
RÁDIO DIFUSORA DO AMAZONAS LTDA	AM	Manaus	AM_004	25000.018193/2014
RÁDIO JUTA NO POLEI DE MARACAPURU LTDA	AM	Manacapuru	AM_002	25000.018192/2014
RÁDIO RIO MAR LTDA	AM	Manaus	AM_003	25000.018190/2014
RÁDIO TV DO AMAZONAS LTDA	AM	Manacapuru	AM_012	25000.018201/2014
RÁDIO VALE DO RIO MADEIRA LTDA	AM	Humaitá	AM_001	25000.018191/2014
REDA FLORES RADIODIFUSÃO LTDA	AP	Macapá	AP_005	25000.018184/2014
REDA FLORES RADIODIFUSÃO LTDA	AP	Santana	AP_004	25000.018183/2014
RÁDIO DIFUSORA DE MACAPÁ	AP	Macapá	AP_003	25000.018182/2014
RÁDIO MARCO ZERO LTDA	AP	Coqueiros	AP_002	25000.018181/2014
REDE AMANASSÉ DE RADIODIFUSÃO LTDA	AP	Barcelos	AP_001	25000.018180/2014
Z-SISTEMA EQUATORIAL DE COMUNICAÇÕES LTDA	AP	Macapá	AP_006	25000.018187/2014
Z-SISTEMA EQUATORIAL DE COMUNICAÇÕES LTDA	AP	Macapá	AP_007	25000.018188/2014
ARCOFERRA RADIODIFUSÃO LTDA	BA	Rancho da Santana	BA_012	25000.017292/2014
FUNDAÇÃO ANTENA AZUL	BA	Jacinto	BA_048	25000.017293/2014
FUNDAÇÃO ANTENA AZUL	BA	Olinda D'Água	BA_050	25000.017295/2014
FUNDAÇÃO CULTURAL DE RADIODIFUSÃO JOSÉ FERREIAS DE OLIVEIRA	BA	Salvador	BA_020	25000.017298/2014
FUNDAÇÃO CULTURAL E EDUCACIONAL SANTANA DE CARTIÉS	BA	Castel	BA_014	25000.017299/2014
FUNDAÇÃO DOMINAVEL DE RICARDO VIEIRA	BA	Salvador	BA_042	25000.017412/2014
FUNDAÇÃO EDU PALLO II	BA	Vila da Coqueiros	BA_022	25000.017297/2014
FUNDAÇÃO NOSSA SENHORA DO ROSA CONSELHO	BA	Santo Antônio de Jesus	BA_040	25000.017252/2014
FUNDAÇÃO SANTO ANTONIO	BA	Pólo de Santana	BA_046	25000.017413/2014
GRUPO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO LTDA	BA	Capim Grosso	BA_021	25000.017248/2014
RÁDIO ALVORADA DE TRINTEIRA DE FREITAS LTDA	BA	Tribuna de Freitas	BA_024	25000.017280/2014
RÁDIO ALVORADA LTDA	BA	Guaranés	BA_012	25000.017401/2014
RÁDIO ALVORADA LTDA	BA	Cruz das Almas	BA_041	25000.017408/2014
RÁDIO AM DE BIQUE LTDA	BA	Aguiar	BA_013	25000.017249/2014
RÁDIO BAHIA NORDESTE DE PAULO APOSSO LTDA	BA	Paulo Afonso	BA_060	25000.017291/2014
RÁDIO BAHIANA DE ITABERARA LTDA	BA	Itaberaba	BA_047	25000.017277/2014
RÁDIO BARRA DO MENDES LTDA	BA	Barra do Mendes	BA_031	25000.017246/2014
RÁDIO BELA VISTA DE POÇOS LTDA	BA	Poços	BA_007	25000.017250/2014

# ANEXO D: PRESENÇA DA RIO MAR NA INTERNET

## 1. SITE INSTITUCIONAL: [www.radioromarm.com.br](http://www.radioromarm.com.br)



## 2. APLICATIVO MÓVEL



## 3. RIO MAR NAS REDES SOCIAIS (FACEBOOK E INSTAGRAM)



# ANEXO E: PRESENÇA DA DIFUSORA (BAND NEWS DIFUSORA) NA INTERNET

## 1. SITE INSTITUCIONAL:



## 2. APLICATIVO MÓVEL

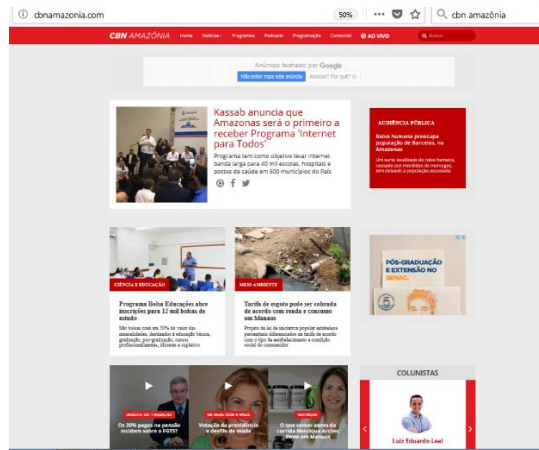


## 3. BAND NEWS DIFUSORA NAS REDES SOCIAIS (FACEBOOK E INSTAGRAM)

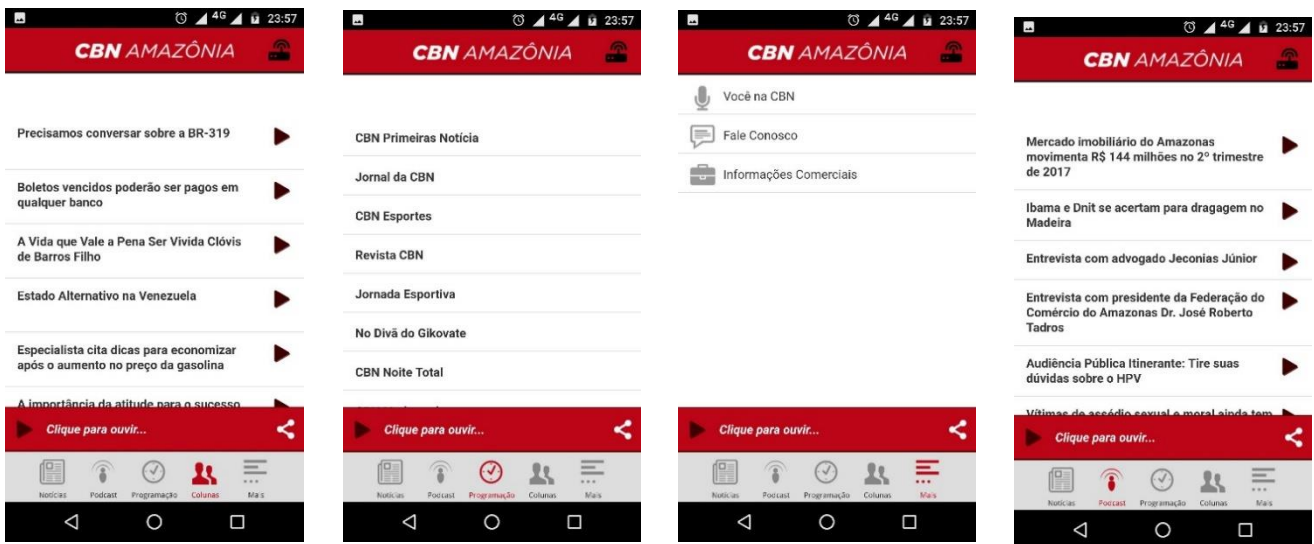


# ANEXO F: PRESENÇA DA BARÉ (CBN AMAZÔNIA) NA INTERNET

## 1. SITE INSTITUCIONAL:



## 2. APLICATIVO MÓVEL





### 3. BARÉ (CBN AMAZÔNIA) NAS REDES SOCIAIS (FACEBOOK E INSTAGRAM)



# ANEXO G: PRESENÇA DA EDUCAÇÃO RURAL DE TEFÉ NA INTERNET

## 1. SITE INSTITUCIONAL:



## 2. EDUCAÇÃO RURAL DE TEFÉ NAS REDES SOCIAIS (FACEBOOK)



## **APÊNDICES**

**APÊNDICE A: QUESTIONÁRIOS DE ENTREVISTAS – DONOS DE EMISSORAS, RADIALISTAS EXPERENTES, ESPECIALISTAS**

**QUESTIONÁRIO PARA DONOS/RESPONSÁVEIS POR EMISSORAS JÁ MIGRADAS NO AMAZONAS**

- 1 – Em poucas palavras, você poderia contar um pouco da história da rádio?
- 2 – De acordo com informações da Anatel, a emissora já concluiu o processo de migração de Amplitude Modulada (AM) para Frequência Modulada (FM). Como se deu esse processo?
- 3 – Esse processo de migração da AM para FM envolveu pagamento da outorga, a troca de equipamentos, entre outros fatores. Qual o investimento a emissora está fazendo nesse processo, desde o início até a conclusão?
- 4 – Vocês precisaram investir em novos profissionais? Quantos profissionais foram contratados? Qual o perfil deles?
- 5 – Houve reorganização da Programação? Como era antes da migração? Como ficou?
- 6 – Houve reconfiguração do conteúdo? Como isso aconteceu?
- 7 – Quais são as principais estratégias de relacionamento com audiência de vocês adotadas após a migração?
- 8 – Vocês usaram a questão da migração como ponto positivo para o reposicionamento da marca diante do público? Como vocês estão trabalhando para o reposicionamento da marca?
- 9 – Em que data vocês enviaram o pedido para a Anatel, e em que data começaram a operar em FM?
- 10 – Com a operação em FM, é possível acompanhar a programação da rádio por meio dos dispositivos móveis. Vocês já conseguiram perceber os primeiros resultados em relação à audiência? Ficou melhor depois da migração?
- 11 – O rádio depende da audiência para atrair anunciantes e, assim, ter recursos para se manter no ar. Com a operação de vocês em FM, já foi possível ter resultados em relação ao faturamento?
- 12 – Por que vocês decidiram migrar para FM?
- 13 – O que mudou na programação após a migração?
- 14 – Na sua opinião, quais são os pontos positivos e negativos da migração para FM?
- 15 – A migração foi o primeiro passo para a implementação do Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD). Como a emissora está se preparando para esse momento?
- 16 – A Anatel já deu informações sobre esse processo de implementação do Sistema Brasileiro de Rádio Digital?
- 17 – Como a migração tem influenciado o modelo de negócio da emissora?

## QUESTIONÁRIO PARA HISTORIADORES

- 1 – Quais as principais diferenças entre a Manaus do século VINTE e a Manaus após os anos 2000?
- 2 – Como eram as atividades econômicas de Manaus antes dos anos 2000? Como você as vê hoje?
- 3 – Como eram as atividades artísticas e literárias em Manaus antes dos anos 2000? Como você as vê agora?
- 4 – Como era cultura manauara antes dos anos 2000? Como você a vê agora?
- 5 – Você recorda da influência do rádio no Amazonas antes dos anos 2000? Como era?
- 6 – Como você analisa a influência do rádio após os anos 2000 no Amazonas?
- 7 – Você recorda de algum fato que mostra como o rádio atua diante em meio à sociedade local?

## QUESTIONÁRIO PARA PROFISSIONAIS DO RÁDIO

- 1 – Vamos começar com algumas perguntas sobre você e a sua carreira como radialista: como começou sua história com o rádio? Em que ano começou?
- 2 – Na sua opinião, como era a programação radiofônica amazonense na época em que você dava os primeiros passos como locutor? Você consegue dividir essa história por década?
- 3 – Como você vê a programação radiofônica depois dos anos 2000?
- 4 – Como o público-ouvinte se comportava antes dos anos 2000 e como se comporta hoje?
- 5 – Você sentiu os impactos da inserção das novas tecnologias? Fale um pouco sobre isso.
- 6 – Quando você começou no rádio quais eram os seus instrumentos de trabalho além da voz?
- 7 – E hoje, quais são as suas ferramentas de trabalho no estúdio?
- 9 – Na sua opinião, qual a diferença entre os profissionais da velha guarda e os novos profissionais do rádio?
- 10 – Na sua opinião, o que é imprescindível aos profissionais de rádio atualmente?
- 11 – O que você acha da migração das rádios de AM para FM?
- 12 – Você acredita que a migração trará impactos na audiência, programação e faturamento? Quais?
- 13 – A migração de AM para FM foi o primeiro passo para a implementação do Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD). Quais são as suas expectativas em relação a esse sistema?
- 14 – O rádio participou do desenvolvimento do Amazonas. Na sua opinião, como era o rádio antes dos anos 2000 e como está agora? Você acha que o rádio “vai morrer”?

**APÊNDICE B: MAPA DE ENTREVISTAS**

<b>ORDEM</b>	<b>NOME</b>	<b>FUNÇÃO</b>	<b>EMISSORA</b>	<b>SUPORTE/MEIO</b>	<b>DATA DE GRAVAÇÃO</b>
01	Josué Souza Filho	Radialista / Sócio	Difusora / Band News	Vídeo	14/11/2017
02	Jerusa Santos – radialista	Radialista	Aposentada	Vídeo	07/11/2017
03	Arnaldo Santos – locutor esportivo	Locutor esportivo	Difusora	Vídeo	28/08/2017
04	Paulo Guerra – radialista	Radialista	Difusora	Vídeo	18/11/2017
05	Cristóvão Nonato – jornalista	Chefe de jornalismo	Baré / CBN Amazônia	Vídeo	10/10/2017
06	Danielle Pires	Gestora	Princesa do Solimões	Áudio	28/11/2017
07	Valdir Correa	Diretor comercial	Difusora / Band News	Áudio	27/11/2017
08	Larissa Balieiro	Jornalista	Difusora / Band News	Áudio	21/10/2017
09	Genival Paula	Engenheiro	Difusora / Band News	Áudio	06/11/2017
10	Pe Charles Cunha da Silva	Diretor-Superintendente	Rio Mar	Áudio	
11	Alberto Nascimento	Diretor administrativo	Rio Mar	Áudio	16/10/2017
12	Anderson Santos	Coordenador de produção	Rio Mar	Áudio	18/11/2017
13	Thomas Schwamborn	Diretor administrativo	Educação Rural de Tefé	Áudio/Telefone	20/11/2017
14	Adriane Oliveira	Secretária da presidência	Baré / CBN Amazônia	E-mail	17/11/2017

**APÊNDICE C: RELATÓRIO DO ESTUDO DE CASO**

<b>RELATÓRIO DAS ENTREVISTAS – ESTUDO DE CASO</b>	
<b>Dados da emissora</b>	
<b>Contexto histórico</b>	
<b>Descrição do processo de migração</b>	
<b>Critério 1: Motivos por optar pela migração</b>	
<b>Critério 2: Reestruturação organizacional</b>  <b>Critério 3: Redefinição e estratégias de programação</b>	
<b>Critério 4: Busca por audiência</b>	
<b>Critério 5: Utilização de novas mídias agregadas ao rádio</b>  <b>Inferência com a fundamentação teórica</b>  <b>Observações gerais sobre o caso estudado</b>	

**APÊNDICE D: SUMÁRIOS COM O RESUMO DAS INFORMAÇÕES DO CORPUS DE ANÁLISE**

<b>MOTIVOS QUE LEVARAM A OPTAR PELA MIGRAÇÃO</b>	
Rádio Rio Mar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sobrevivência da emissora</li> <li>- Modernização</li> <li>- Adequação ao perfil da audiência</li> </ul>
Rádio Difusora	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modernização</li> <li>- Incremento de novo modelo de negócio</li> <li>- Escolha pela segmentação no jornalismo</li> <li>- Por questões comerciais</li> </ul>
Rádio Baré (CBN Amazônia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Busca por melhor qualidade de som e alcance</li> <li>- Por questões comerciais</li> </ul>
Rádio Princesa do Solimões	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Para entrar em rede por meio da Rádio Globo</li> <li>- Para adequação ao padrão Globo</li> </ul>
Rádio Educação Rural de Tefé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhorar a qualidade de som</li> <li>- Fomentar a atração de patrocínio</li> <li>- Despesa menor que uma nova concessão em FM</li> </ul>

<b>REESTRUTURAÇÃO ORGANIZACIONAL</b>	
Rádio Rio Mar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se estruturou em rede</li> <li>- Fez novas contratações</li> <li>- Reorganizou a programação</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investiu em jornalismo</li> <li>- Tornou a rádio mais comercial</li> </ul>
Rádio Difusora	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratou novos profissionais de comunicação</li> <li>- Construiu um novo formato</li> <li>- Entrou em rede</li> <li>- Mesclou o nome após entrar em rede</li> <li>- Ao entrar em rede, segmentou em jornalismo</li> </ul>
Rádio Baré (CBN Amazônia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratou novos profissionais de rádio de mídias sociais</li> <li>- Contratou um editor exclusivo para o portal</li> </ul>
Rádio Princesa do Solimões	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deixou a programação mais jovial</li> <li>- Entrou em rede com a Rádio Globo</li> <li>- Alterou o nome</li> </ul>
Rádio Educação Rural de Tefé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abriu espaço para programas de patrocinadores</li> </ul>

<b>REDEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE PROGRAMAÇÃO</b>	
Rádio Rio Mar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tirou do ar programas que não tinham a qualidade exigida pela rádio</li> <li>- Ampliou o tempo destinado ao jornalismo</li> </ul>
Rádio Difusora	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrou em rede</li> <li>- Focou no jornalismo</li> <li>- Fez seleção interna e contratou novos profissionais</li> </ul>
Rádio Baré (CBN Amazônia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inseriu novos programas na grade</li> <li>- Contratou profissionais já conhecidos do público local</li> </ul>
Rádio Princesa do Solimões	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apostou em programas que faziam sucesso</li> <li>- Tornou a programação mais musical</li> <li>- Adotou grade híbrida</li> </ul>
Rádio Educação Rural de Tefé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A programação está em processo de organização</li> </ul>

<b>BUSCA POR AUDIÊNCIA</b>	
Rádio Rio Mar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investiu em redes sociais</li> <li>- Deu possibilidade de acompanhamento do conteúdo pelos aplicativos móveis</li> </ul>
Rádio Difusora	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Segmentou em jornalismo</li> <li>- Entrou em rede</li> </ul>
Rádio Baré (CBN Amazônia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criou novos programas</li> <li>- Reorganizou a grade de programação</li> <li>- Já estava rede antes da migração</li> </ul>
Rádio Princesa do Solimões	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adequação ao padrão Globo</li> <li>- Aposta em programas que já têm audiência</li> <li>- Adesão a campanhas do grupo Rede Amazônica</li> </ul>
Rádio Educação Rural de Tefé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Está em fase de organização da programação</li> </ul>

<b>UTILIZAÇÃO DE NOVAS MÍDIAS AGREGADAS AO RÁDIO</b>	
Rádio Rio Mar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Passou a utilizar as redes sociais para pesquisa de consumo</li> </ul>
Rádio Difusora	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilização do instagram para divulgação da marca</li> </ul>
Rádio Baré (CBN Amazônia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intensificou a interação com os ouvintes por meio das mídias sociais</li> </ul>
Rádio Princesa do Solimões	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Afastou o foco de whatsapp</li> <li>- Apostou em redes sociais</li> <li>- Utilização das redes sociais para conhecer o público</li> </ul>
Rádio Educação Rural de Tefé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em fase de organização</li> </ul>

**APÊNDICE E: INTERAÇÃO COM OUTROS MEIOS**

INTERAÇÃO COM OUTROS MEIOS			
EMISSORA	SITES	APPS	Outros
RIO MAR			 
DIFUSORA (BAND NEWS)			 
BARÉ (CBN AMAZÔNIA)			
EDUCAÇÃO RURAL DE TEFÉ			 

**APÊNDICE F: INTERAÇÃO COM AS REDES SOCIAIS**

INTERAÇÃO COM AS REDES SOCIAIS		
EMISSORA	REDES SOCIAIS	
RIO MAR		
DIFUSORA (BAND NEWS)		
BARÉ (CBN AMAZÔNIA)		
EDUCAÇÃO RURAL DE TEFÉ		

**APÊNDICE G: IDENTIDADE VISUAL DO TRABALHO – ECOSISTEMA RADIOFÔNICO AUTOPOIÉTICO**



