

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

***O RÁDIO NO RIO DE JANEIRO E NO BRASIL – UMA ANÁLISE HISTÓRICA  
DO COMEÇO, DA REVOLUÇÃO JOVEM DO FM NA DÉCADA DE 70 ATÉ OS  
DIAS ATUAIS***

Bruno Sponchiado Vieira

**RIO DE JANEIRO, DEZEMBRO DE 2012**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**JORNALISMO**

***O RÁDIO NO RIO DE JANEIRO E NO BRASIL – UMA ANÁLISE HISTÓRICA  
DO COMEÇO, DA REVOLUÇÃO JOVEM DO FM NA DÉCADA DE 70 ATÉ OS  
DIAS ATUAIS***

Bruno Sponchiado Vieira

Monografia submetida à Banca de Graduação  
como requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social/ Jornalismo.

Orientador: Professor Doutor Fernando Mansur

Rio de Janeiro  
Dezembro de 2012

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**

**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia *O Rádio no Rio de Janeiro e no Brasil – Uma análise história de seu começo, da revolução jovem do FM na década de 70 e dos dias atuais*, elaborada por Bruno Sponchiado Vieira.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Fernando Mansur

Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ

Escola de Comunicação - UFRJ

Profa. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz

Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ

Escola de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Gabriel Collares

Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ

Escola de Comunicação - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2012

## FICHA CATALOGRÁFICA

Vieira, Bruno Sponchiado.

O Rádio no Brasil e no Rio de Janeiro – Uma análise histórica do começo, da revolução do FM nos anos 70 até os dias atuais / Bruno Sponchiado Vieira – Rio de Janeiro, 2012.

70 páginas.

Tese (Grau em bacharelado de Comunicação, habilitação Jornalismo) – Escola de Comunicação – ECO / Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

Orientador: Fernando Mansur

1.Rádio. 2. Comunicação. 3.Rio de Janeiro. 4.AM e FM.  
5. História. 6.Análise. I.MANSUR, Fernando(Orient.) II.ECO/  
UFRJ. III.Bacharelado em Comunicação/Jornalismo

## *DEDICATÓRIA*

Aos meus pais, Antonio e Gizelli, e irmã,  
Vitoria, que nunca deixaram de me apoiar.

## *AGRADECIMENTOS*

*A Deus, eterna força e fonte de fé.*

Agradeço ao Professor, Doutor, Radialista, Locutor, Ídolo e parte da história que pretendo contar neste trabalho, Fernando Mansur, também meu orientador, cuja contribuição em muito ajudou.

Aos professores Cristina Rego Monteiro e Gabriel Collares pela inestimável contribuição para minha formação acadêmica e participação na banca de análise.

A Ruy Jobim, que criou a Escola de Rádio, instituição onde me apaixonei mais ainda pelo rádio e pude me tornar um radialista.

Aos radialistas Carla Matera e Paulo Júnior pela minha primeira experiência no rádio profissional do Rio de Janeiro.

E muito obrigado a todas as fontes que li, escutei, dormi ouvindo (foram importantes também), pois elas me fizeram escrever as linhas que se seguem.

VIEIRA, Bruno Sponchiado. **O Rádio no Brasil e no Rio de Janeiro – Uma análise história de seu começo, da revolução do FM na década de 70 até os dias atuais.**

Orientador: Fernando Mansur Barbosa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## RESUMO

Este trabalho pretende traçar um panorama histórico do rádio no Brasil e no Rio de Janeiro mostrando seus primórdios, seu desenvolvimento até os dias de hoje, ressaltando a importância de algumas emissoras cariocas como a Nacional, a Rádio Cidade e a Fluminense no FM. Para construí-lo, utilizamos de bibliografia especializada na história do rádio, áudios históricos coletados na internet, documentários sobre o assunto e incalculáveis horas escutando todo o tipo de rádio, não só no Rio de Janeiro. Além de experiências profissionais no veículo, conversas informais com colegas de profissão e o acompanhamento desta mídia constantemente. Fazendo 90 anos em 2012, o rádio mostra a cada dia sua importância dentro dos meios de comunicação e este trabalho tem a intenção de salientar sua relevância dentro do nosso cotidiano e mostrar como as rádios criadas no Rio de Janeiro influenciaram na criação do padrão radiofônico encontrado hoje nos quatro cantos do Brasil.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	09
2. O RÁDIO COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO: HISTÓRIA.....	16
2.1– <i>Primórdios do Rádio</i> .....	16
2.2– <i>Desenvolvimento no Brasil: o início até os anos 30</i> .....	20
2.3 – <i>A Era de Ouro do Rádio</i> .....	22
2.3.1 - <i>A Nacional do Rio de Janeiro</i> .....	24
2.3.2- <i>O Jornalismo</i> .....	27
2.3.4 - <i>Outras Emissoras</i> .....	29
2.4– <i>A chegada da Televisão: o fim do rádio?</i> .....	30
3. O FM ESTRÉIA: DO RIO PARA O BRASIL.....	32
3.1- <i>Primeiras transmissões</i> .....	32
3.2 - <i>O Fenômeno Big Boy: Mundial e Eldopop</i> .....	33
3.3 - <i>A Revolução Do FM – Rádio Cidade 102.9mhz</i> .....	36
3.4 - <i>Rádio Fluminense FM 94,9mhz – A Maldita</i> .....	39
4. CONSOLIDAÇÃO DO FM.....	43
4.1 – <i>O rádio após o fenômeno Cidade</i> .....	43
4.2 - <i>O Rádio Em Rede</i> .....	45
4.3 - <i>O Rádio AllNews</i> .....	45
4.3.1 - <i>CBN, a rádio que toca notícia</i> .....	47
4.3.2 - <i>BandNews FM, em 20 minutos, tudo pode mudar</i> .....	48
4.4 - <i>Novos Ritmos Segmentando O Rádio Fm</i> .....	49
5. PANORAMA ATUAL NO BRASIL E NO RIO.....	51
5.1 - <i>Rádiomarketing</i> .....	52
5.2 - <i>AM No FM: Globo Versus Tupi</i> .....	54
5.3 - <i>Outras Rádios Em FM</i> .....	59
5.4 - <i>Digitalização Do Rádio</i> .....	60
6. CONCLUSÃO.....	63
7. REFERÊNCIAS.....	65

## 1 – INTRODUÇÃO

Todos os meios de comunicação, ao longo da história, tiveram sua sentença de morte declarada com o lançamento de seu natural sucesso. O rádio representaria o fim do jornal impresso, a televisão o fim do rádio, a internet o fim da televisão, os tablets como o fim dos livros e jornais impressos, entre outras suposições. A grande maioria delas não passou de uma opinião. O que se viu foi uma adaptação de cada meio de comunicação ao “mais novo”, reorganizando-se e aprimorando-se aos novos contextos, sociais e tecnológicos. E com o rádio não foi diferente.

Fazendo oficialmente 90 anos de vida no Brasil em 2012, o rádio mostra a cada dia que está vivo, com relevância e importância dentre os meios de comunicação, mostrando o quão fundamental é no cotidiano das grandes cidades brasileiras e na região metropolitana do Rio. Seja prestando serviço, seja informando, seja entretendo, seja fazendo companhia. Um veículo maleável, que se adaptou às novas tecnologias como a internet, por exemplo, entre outras ferramentas midiáticas.

Em um país, um estado e, mais especificamente, um cidade com milhares de pessoas circulando por ruas, estradas e avenidas, convivendo com os problemas de uma grande metrópole como violência, congestionamentos, a influência das condições do tempo na vida dessas pessoas, entre outros fatores, vemos a importância de um veículo ágil, prático e com muita credibilidade.

Este veículo é o rádio, capaz de transmitir informações na hora que você, ouvinte, precisa delas (condições do trânsito, rotas alternativas, música para relaxar, informações do seu time de coração ou uma companhia animada nas solitárias madrugadas). Portátil, podendo ser escutado em celulares, *smartphones*, computadores, tablets, televisões, automóveis, rádios domésticos, radinhos de pilha, enfim, um meio de comunicação de simples uso e com portabilidade e eficiência comprovados em décadas de prestação de serviços – independente do serviço utilizado.

A intenção deste trabalho é traçar um panorama histórico, mostrar as raízes do rádio brasileiro e carioca, desde seus primórdios nas primeiras décadas do século XX, seu desenvolvimento e respectiva “Era de Ouro” nos anos 40 e 50, a revolução do FM carioca nas décadas de 70 e 80, características que se espalharam por emissoras em todo o Brasil. Também vamos falar do que se viu após a “revolução”, a estagnação dos formatos, a explosão de novos ritmos musicais que possibilitou a renovação da audiência, a segmentação dos anos 90, com a criação de rádios completamente

jornalísticas e outros gêneros até os dias atuais, com a migração de ouvintes e emissoras do AM para o FM – questões técnicas que também tentaremos explicar.

Para chegar às conclusões que já explicitamos – a importância do rádio nos dias atuais, a relevância das emissoras cariocas para a criação dos padrões de rádio existentes até hoje – foram utilizadas incontáveis horas escutando rádio. As mais diversas emissoras, os mais variados gêneros, nas mais diferentes horas, não só como um ouvinte, mas também um crítico e analista do meio visando à construção deste trabalho que iremos apresentar a seguir. Sempre de uma maneira simples, direta e com a intenção de contar uma história do rádio brasileiro e carioca para todos.

Em termos de bibliografia e referências sobre o assunto, busquei livros e publicações com abordagem histórica do meio radiofônico brasileiro – sejam específicas de algumas emissoras, como é o caso do “Almanaque da Rádio Nacional”, de Ronaldo Conde Aguiar, “Fluminense FM – A Maldita”, de Luiz Antonio Mello ou “Rádio Cidade FM – O sucesso está no ar”, de Fernando Mansur, entre outros. Também utilizamos para a construção desta monografia publicações como “Jornalismo de Rádio”, de Milton Jung ou “O novo Rádio: Cenários da radiodifusão na era digital” organizado por Antonio Francisco Magnoni e Juliano Maurício de Carvalho, que reúne uma série de artigos discutindo aspectos técnicos do rádio brasileiro e os desafios do futuro, incluindo o que o rádio digital, em seus diversos formatos, poderá incluir ao dial brasileiro e carioca.

A parte virtual da história do rádio também foi fundamental para a construção deste trabalho. Uma série de sites, blogs e fóruns sobre o rádio brasileiro e carioca foram importantes, pois divulgaram áudios antigos, vinhetas históricas e trechos das programações das rádios já extintas. Por exemplo, as vinhetas da Rádio Cidade e os trechos guardados por fãs foram fundamentais para observar as informações coletadas nas referências bibliográficas que mencionavam a qualidade sonora das vinhetas, o jeito animado e dançante das mesmas, além da abordagem jovem e informal de seus locutores e as marcantes “passagens de serviço”, onde um locutor entregava o horário para outro e conversavam, falavam sobre assuntos gerais e interagiam com ouvintes.

No caso da EldoPop, a revolucionária rádio FM dos anos 70 que não anunciava as músicas, passagem pouquíssimos comerciais – um dos motivos pelo qual foi extinta para a entrada de uma rádio com foco comercial, fãs mantém sites na internet<sup>1</sup> com a

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://eldopop.orgfree.com/>>, Acessado em 14 de novembro de 2012.

relação das seqüências musicais utilizadas na rádio, como relação de depoimentos referentes à emissora, entre outras informações.

Também utilizamos documentários disponíveis no Youtube, além de trechos de programações de rádios, momentos importantes para ilustrar a narrativa histórica do meio radiofônico, afinal, o rádio é feito de som. Por exemplo, o documentário “The Big Boy Show”, que conta a história do radialista e disc-jóquei Big Boy, um dos criadores da linguagem jovem para o rádio, que ajudou a produzir a programação musical da EldoPop e atrair a audiência jovem para a Mundial AM, com o programa “Ritmos de Boate”.<sup>2</sup>

O trabalho começa ainda no século XVIII quando os primeiros experimentos científicos deram origem às transmissões radiofônica. Falaremos quem foram os primeiros responsáveis, quais foram as descobertas e as repercussões da sociedade brasileira à época. Em seguida, vamos abordar a chegada oficial do rádio ao Brasil, sua primeira transmissão, na exposição do Centenário da Independência do Brasil, no dia 07 de setembro de 1922, na então capital federal, o Rio de Janeiro. Vamos repercutir o que este feito trouxe para a comunicação no Brasil, ou seja, as primeiras rádios oficiais: quem as fez, como era a programação, como foi a recepção do público etc., e o que se seguiu.

Em seguida, abordaremos o desenvolvimento do rádio no Rio de Janeiro e no Brasil, com as primeiras rádios com formato comercial aparecendo – após a liberação da propaganda em 1932 – e a reação da sociedade. O próximo tópico fala do surgimento da Nacional do Rio de Janeiro, a emissora que revolucionou o rádio brasileiro, tendo criado um padrão seguido fielmente por outras emissoras e meios de comunicação dando início à chamada “Era de Ouro” do rádio. Falaremos da programação da Nacional, composta por radionovelas, programas de auditório, musicais, humorísticos, além do jornalismo, que ganha um tópico próprio abordando as primeiras experiências do radiojornalismo padronizado – feito para o rádio – no Brasil.

Passaremos, após falar sobre o auge do rádio no Brasil, à chegada da televisão, a partir de 1950, com a TV Tupi de São Paulo. Abordaremos as mudanças que o rádio sofreu com o estabelecimento de um novo e moderno meio de comunicação, as adaptações que as emissoras tiveram, além da contextualização política do Brasil na época – pré-golpe de 1964.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=0t6FhgHDMas>>, Acesso em: 24 de novembro de 2012

Entraremos em seguida nos primeiros experimentos em frequência modulada no Brasil e no Rio de Janeiro e contaremos a trajetória desta forma de rádio até o seu estabelecimento em meados da década de 70. Ao mesmo tempo, vamos comentar as mudanças feitas ainda no AM com a aproximação com o público jovem, sedento por novidades e por uma rádio que falasse diretamente para eles.

Após a contextualização do início da construção de uma linguagem jovem no rádio AM, falaremos da revolução no FM brasileiro: a Rádio Cidade do Rio. Com seu formato inspirado em rádios FM norte-americanas – linguagem informal, rápida, alegre, vinhetas bem-produzidas – a Cidade transformou o FM brasileiro, deu ares profissionais e comerciais à frequência modulada e criou um padrão que foi copiado por outras emissoras no Rio e em todo o Brasil, como a Jovem Pan 2 de São Paulo.

Não poderemos esquecer-nos da Fluminense FM – A maldita, que catapultou a formação do rock brasileiro. Bandas como Os Paralamas do Sucesso, Blitz, Kid Abelha e Titãs, por exemplo, tiveram suas fitas “demo” exibidas na emissora de Niterói, que tinha uma proposta alternativa de não tocar o “sucesso” e ser uma rádio pensada, de tendência esquerdista e com apelo *rock and roll*.

Falaremos depois do estabelecimento das redes de rádio em FM com as transmissões por satélite, além do fortalecimento do FM como um meio de comunicação com jovens, atraindo publicidade específica para este público. Citaremos outras grandes rádios FM que foram surgindo no Rio de Janeiro e no Brasil.

As outras mudanças que o rádio, mais especificamente o FM carioca, sofreu ao longo da década de 90, serão abordadas também, como a criação da rádio totalmente jornalística, do formato *allnews*, criado pela CBN, das Organizações Globo e ampliado com a BandNews FM em 2006. Também comentaremos dos novos ritmos musicais brasileiros como axé, funk e pagode que segmentaram o dial e renovaram a audiência.

No último capítulo faremos uma análise do panorama atual do rádio carioca e brasileiro, com o esvaziamento do AM e a conseqüente chegada de rádios em amplitude modulada ao FM, como a Super Rádio Tupi e a Rádio Globo. Falaremos sobre a disputa que as duas travam no dial carioca, falando de suas programações e de fatos históricos referentes às duas emissoras, as duas maiores do Rio de Janeiro. Também comentaremos a chegada do *radiomarketing*, ou seja, da criação de emissoras com público segmentado com a nomenclatura de uma marca ou um produto específico, como a Oi FM e a SulAmérica Paradiso, entre outras.

Por fim, falamos um pouco do que o rádio digital – em qualquer formato a ser definido pelo governo brasileiro – poderá trazer para o rádio do Brasil em termos de benefícios, como a inquestionável melhoria na qualidade sonora (AM com som de FM e FM com som de CD) e também do esperado crescimento do dial e da conseqüente segmentação do rádio como um todo.

Para resumir, este trabalho busca em autores que trabalham em rádio, em fontes específicas sobre rádio e em aspectos relacionados ao meio, para traçar uma narrativa histórica sobre este veículo que se adapta a cada dia e se mantém forte perante outras mídias. Destacando, obviamente, a importância do que foi e é criado no Rio de Janeiro, em termos de formato, linguagem, propostas, para o rádio brasileiro.

### ***EU E O RÁDIO***

Minha relação com o rádio vem da infância, mais provável do ano de 1997, quando morava em Taubaté, interior de São Paulo. A paixão pelo rádio misturou-se a dois outros grandes hobbies que descobri quando criança: carro e música. Nas horas vagas, sempre lembro de descer até a garagem entrar na Fiat Elba verde metálico que minha família tinha na época para ouvir música (no rádio) e me imaginar dirigindo. Passava horas fazendo isso. No mesmo período, ganhei um *microsystem* de meus avós paternos, onde passei a escutar música – também em CD, em casa e aprendi a sintonizar com habilidade o dial do rádio CCE (ainda existe??). A partir daí, minha relação com o rádio foi aumentando aos poucos. Lembro de viajar para casa dos meus avós no Rio de Janeiro e ficar “fascinado” com as vinhetas e efeitos sonoros das rádios que o lindo Monza Classic azul de meu avô sintonizava no histórico rádio Bosch Rio de Janeiro, que já contava com sintonia digital.

Quando vim morar no Rio, ainda em 2000, pedi para meu pai um rádio portátil, para ouvir sozinho. Ele me trouxe um aparelho vagabundo, provavelmente chinês, que só sintonizava FM e mesmo assim com sintonia automática. Passava horas escutando e analisando o que ouvia. Desta época, cito a Globo FM (com a vinheta narrada pela Malu Mader) e a Jovem Rio, cujas músicas eu sabia de cor. Quando o computador chegou em casa, já com internet, ainda que discada, pude aprimorar meus conhecimentos em rádio. Sempre que podia, visitava site de rádios de outras cidades e anotava o dial delas (vai que eu fosse viajar para lá...). Em 2002, ganhei de presente um *walkman* com rádio, ainda com sintonia analógica. Levava para todos os lugares. Gostava de dormir ouvindo rádio – hábito que mantenho até hoje. Mas ainda não tinha

me fascinado pelo veículo em si: até o momento usava o rádio para escutar música, ainda não tinha um fascínio.

Acho que foi em 2004, quando fui fazer exame de sangue, bem cedo, com meu pai, médico. Ele, na época, escutava o “Jornal da Manhã”, da Jovem Pan, transmitida pela rede em 102,1. Lembro que quando escutei o começo do programa, com aquelas vinhetas clássicas e a histórica “Sinfonia Paulistana”, de Billy Branco (“Olha a hora, vambora, vambora”), fiquei bobo, pensava que estava em São Paulo (outra paixão, olha aí).

A partir daí, comecei a pesquisar, ler e escutar tudo o que eu encontrava sobre o rádio. Nas viagens carregava meu radinho antigo (substituído por um moderno, Sony, digital, em 2007), sempre trocando freneticamente de estação para saber o que as outras emissoras estavam tocando.

E a música? Bom, sempre foi uma atração para mim, mas na época já tinha ou *discman* ou tocador de mp3, não lembro ao certo, que escutava ocasionalmente ou quando não conseguia sintonizar rádios (em estradas, por exemplo). Desde então, me tornei um ouvinte assíduo de rádio, embora não tenha até hoje uma emissora predileta. Passo o dia escutando rádio. A internet também me ajudou nesta “paixão”: passava e passo horas em sites de fãs de rádio, trocando vinhetas, áudios históricos e informações sobre o meio.

Ao acordar, coloco em emissoras jornalísticas para me informar – geralmente Jovem Pan ou CBN, durante o dia deixo ligado se estou em casa na CBN. Se estou na rua, de carro, fico trocando em busca de notícias que me atraiam (afinal, faço e trabalho com jornalismo) ou alguma música para relaxar. De noite, em casa, também deixo ligado, geralmente na CBN, a mesma coisa de madrugada.

O amor pelo rádio já chegou a incomodar algumas pessoas: ex-namoradas já reclamaram do costume de dormir com o rádio ligado (geralmente desligado de manhã cedo por meu pai) e amigos meus sempre pedem para abaixar o volume do rádio quando estamos de carro. Azar o deles.

Minha trajetória profissional também está ligada ao rádio. Entrei para jornalismo movido pela minha paixão por carros: queria escrever sobre automóveis para revistas e jornais. O rádio era só hobby. Nos primeiros períodos da faculdade, cursei um laboratório de rádio, onde fui introduzido a mais dados sobre a história do mesmo, áudios importantes, além de falar ao microfone pela primeira vez. Apaixonei na hora. Busquei cursos relacionados à área aqui no Rio e achei a Escola de Rádio, uma

instituição privada com o objetivo de formar profissionais de rádio no Rio. Entrei na primeira turma de locução profissionalizante. A paixão só aumentou: conheci grandes nomes do rádio, fiz amizades e, após um ano, ganhei o diploma e o registro no Ministério do Trabalho que me orgulha tanto. Afinal, posso dizer que sou RADIALISTA. A partir do curso, desejei trabalhar em rádio. Consegui um estágio na parte de esportes na Rádio Tupi, inicialmente para escrever para o site da emissora. Aos poucos, fui participando cada vez mais do funcionamento radiofônico da Tupi. Comecei no ar dando pequenas informações esportivas nos programas da casa, até que consegui participar das jornadas esportivas também com informações. Orgulho-me muito dessa passagem pela Tupi que me fez gostar ainda mais de rádio. Perto do fim do estágio, consegui uma vaga na Rede Globo de Televisão, na área de jornalismo local, onde estou até o momento. Também me apaixonei por televisão, mas o amor pelo rádio continua. Se me perguntarem, qual é o seu objeto profissional, eu respondo: ser apresentador de TV e de rádio também. Afinal, a TV é um rádio com imagens. Eu, pelo menos, acredito nisso. Este trabalho, portanto, nasceu de uma paixão.

Como diriam os Titãs<sup>3</sup>, banda que surgiu muito por causa do rádio, vamos ao trabalho.

Vamos ao trabalhooo  
Vamos ao trabalhooo

E só há uma maneira de faze-lo  
Direito, bem feito

Senão é melhor nem começar

---

<sup>3</sup> MIKLOS, Paulo. *Vamos ao Trabalho*.

## **2 - O RÁDIO COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO: HISTÓRIA**

Todo meio de comunicação tem sua história, seu ponto de partida, seu início. O rádio não foge à regra. Nasceu com as inovações tecnológicas na área da comunicação por meio de fios e ondas magnéticas. Neste capítulo, vamos contar um pouco da formação deste tão importante veículo de comunicação, o seu desenvolvimento ao longo das décadas até a chegada de outro grande instrumento revolucionário da comunicação mundial: a televisão.

### ***2.1 – Primórdios do Rádio***

Assim como a internet em seus primeiros anos, no final da década de 80, assim como a televisão, nas décadas de 40 e 50 e assim como o cinema na virada dos séculos XIX para o XX, o rádio também chegou muito desacreditado, visto como uma tecnologia maluca que não ia “pegar”. Aos poucos, foi desenvolvendo-se, tomando corpo e força passando a ameaçar as outras mídias que o antecederam, como o jornal impresso, por exemplo. Depois de certo tempo, tornou-se popular, enraizado nas culturas de massas e fundamental para a convivência humana dos grandes centros. Foi estabelecendo-se como um veículo de extrema utilidade e com credibilidade até hoje não superada por meios de comunicação mais novos. Hoje, é reconhecido sim como um veículo antigo, mas indubitavelmente em eterna transformação adaptando-se aos novos padrões de comportamento e também às novas tecnologias. Obviamente, ele também teve seu começo, sua pré-história. Não queremos neste tópico, que inicia este trabalho de conclusão de curso criar confusões ou polêmicas, ou seja, cravar sobre quem foi o pai do rádio. Todos os cientistas, engenheiros e especialistas em transmissão tiveram seu devido reconhecimento.

De acordo com estudiosos do meio, credita-se a duas pessoas a invenção do veículo rádio: o italiano Guglielmo Marconi e o padre brasileiro Roberto Landell de Moura. A maioria das publicações que fazem a referência histórica do rádio aponta Marconi como o criador, mas o padre e cientista nascido no Rio Grande do Sul (por coincidência, ou não, um estado com forte tradição radiofônica até hoje) também é reconhecido por seus méritos. Antes do nascimento destes dois gênios, outros feitos científicos levaram à criação do rádio. Pesquisas e descobertas sobre a eletricidade nos séculos XVIII e XIX contribuíram para o desenvolvimento da transmissão radiofônica. O pára-raios, o telégrafo ótico, o telégrafo elétrico, o emissor de ondas eletromagnéticas, o telefone de

Graham Bell, entre outros inventos durante o século XIX levaram o cientista alemão Heinrich Rudolf Hertz a perceber que ondas eletromagnéticas possuem a mesma velocidade da luz, nascendo, portanto, o princípio da propagação radiofônica.

Estas idéias, aplicadas no campo das transmissões de mensagens a distância, sem fio, por ondas, levaram Marconi e Landell de Moura a criar o rádio. Cada um na sua praia. Segundo a pesquisadora Magaly Prado em “A História do Rádio no Brasil” (2012), haviam diferenças entre as invenções de Guglielmo Marconi e as do padre Landell de Moura.

Marconi conseguiu a transmissão de sinais telegráficos, sem fios, em código Morse. No início do século XX, conseguiu a transmissão com voz humana. Já Landell foi o pioneiro na transmissão a distância, sem fios, da voz humana, por meio das ondas eletromagnéticas. (...). Outro ponto em comum entre os dois cientistas é que ambos não obtiveram apoio das autoridades de seus países para a pesquisa radiofônica. (PRADO, 2012: 27)

A transmissão pioneira de Landell de Moura com a voz humana ocorreu nos idos de 1892 e 1893 em São Paulo e em Campinas, no interior do Estado. Sem o reconhecimento do seu trabalho, visto como louco por muitos, Landell foi para os Estados Unidos dar prosseguimento aos seus estudos. Conseguiu registrar a patente do telégrafo sem fio, do telefone sem fio e do transmissor de ondas sonoras. Mesmo com propostas na América, o padre voltou ao Brasil. Não foi reconhecido por seus méritos e morreu vivendo modestamente no Sul do país em 1928, aos 67 anos. (Ibidem, 27)

Marconi, italiano de Bolonha, obteve mais reconhecimento público em termos mundiais. Criou, partindo das idéias da propagação radiofônica de Hertz, o telégrafo elétrico, que transformava ondas de rádio em corrente elétrica. Em seguida, aprimorando seus estudos e experimentos, conseguiu, em 1901, a primeira transmissão transatlântica, transmitindo em código Morse a letra “s” da Inglaterra ao Canadá. A partir de então, o rádio foi engatinhando até ganhar força na segunda década do século XIX. É importante lembrar que Marconi foi reconhecido mundialmente ganhando o Nobel de Física em 1909. Para o Brasil, se fez marcante ao fundar a Rádio Tupi do Rio de Janeiro de Assis Chateaubriand em 1935 e transmitir de Roma, na Itália, o sinal que ligou o sistema de iluminação do Cristo Redentor em 1931. Morreu em 1937.

Mas que rádio é esse, em termos técnicos, que estava surgindo? Antes de tudo, é interessante explicar em poucas palavras e de maneira simples o que é uma onda eletromagnética. No livro “O novo Rádio: Cenários da radiodifusão na era digital”, organizado por Antonio Magnoni e Juliano de Carvalho, podemos encontrar algumas

definições para este assunto. A onda é uma forma de energia que se propaga pelo ar, na velocidade da luz, viajando pelo espaço. Essa energia possui algumas características: uma é a frequência de pulsação, ou seja, quantas vezes essa luz se acende e se apaga em um segundo. Isto é medido em Hertz (Hz). Um Hz equivale a uma “piscada” por segundo. Outra característica importante é a potência dessa luz, sua intensidade. Cada emissora de rádio tem sua potência, medida em watts (W) ou seu seus múltiplos quilowatt (1 kW) ou megawatt (1 mW). Como essa onda é irradiada pelo espaço, impulsionada pela sua potência, é possível calcular “até onde” ela vai. Para isso, cientistas encontraram uma maneira de determinar a distância que essa energia que acende e pulsa percorre. É o comprimento de onda. As ondas eletromagnéticas, dentro de um ambiente como a superfície da Terra, não se propagam da mesma maneira. Como essas ondas se comportam no espaço depende do seu comprimento.

Os tipos mais comuns de ondas dentro do rádio desde a sua história são três: médias, curtas e muito curtas. De acordo com padrões internacionais, as ondas muito curtas têm comprimento de 1 a 10 metros, as curtas têm comprimento de onda de 10 a 100 metros e as médias de 100 a 1.000 metros. As ondas curtas (OC) se propagam mais facilmente, pois são refletidas pela ionosfera (uma camada da superfície terrestre entre 60 e 300 quilômetros composta por partículas elétricas carregadas) e novamente refletidas pelo solo. Ou seja: viajam por milhares de quilômetros mesmo com potência baixa. Ao longo da história do rádio, as OCs foram utilizadas para irradiar em uma cobertura continental ou mundial. Atualmente, alguns poucos radiófilos (aqueles que são apaixonados por rádio com receptores especiais que captam tais frequências) e pouquíssimas emissoras transmitem em ondas curtas, ainda mais no Brasil. Mais para frente voltamos a falar das OCs.

As ondas mais comuns do “espectro” brasileiro e carioca são as médias, de 100 a 1.000 metros de comprimento e as muito curtas de 1 a 10 metros. Mas como diferenciar a qualidade do som destes tipos? A resposta é o tipo de modulação. Explicamos: a forma de transmitir os sinais da emissora até o receptor é pela variação de frequência ou de potência. Quando se varia a potência do sinal, utiliza-se uma forma de modulação em amplitude, *amplitude modulation*, AM. A amplitude pode ser aumentada ou diminuída, acompanhando as variações do sinal. Ondas médias e curtas utilizam esta maneira de modulação, por amplitude de sinal. Neste tipo, o sinal muito suscetível às interferências, principalmente por ruídos elétricos.

Outro jeito é variarmos a frequência, *frequency modulation*, o FM. Neste caso a amplitude permanece constante, variando a frequência. Quanto mais intenso o som, mais a frequência é aumentada do valor original. Como são ondas muito curtas, o sinal não percorre espaços tão grandes como as OCs ou OMs. Por isso a instalação de antenas de rádio FM em locais altos, pois quanto maior a altura, maior é o alcance do sinal. O horizonte é o “destino”. No Rio de Janeiro, as emissoras de FM concentram suas antenas no alto do Sumaré, ponto mais alto da cidade. Por isso é possível “pegar” o rádio FM em locais como Região dos Lagos – já que não há tantas montanhas altas do Rio até Cabo Frio, por exemplo. A potência da emissora é que determina neste caso.

Depois do pequeno “*briefing*” técnico, necessário para entender como o rádio cresceu e vive hoje em dia, voltamos à história do rádio.

Durante os primeiros anos do século XX, o rádio foi sendo descoberto e aprimorado até chegar no lançamento da primeira emissora radiofônica em 1920, nos EUA. Segundo a pesquisadora Lia Calabre, no livro “A Era do Rádio” foi a KDKA, que utilizava equipamentos fabricados pela tradicional Westinghouse e tinha como foco a produção de coberturas jornalísticas, principalmente das guerras que assolavam o mundo à época, como a Primeira Grande Guerra (1914 – 1918). Aliás, o pós-guerra deixou o continente europeu completamente destruído: economias em crise, nacionalidades destroçadas e milhares de pessoas mortas. Líderes europeus viram no veículo de comunicação que surgia, o rádio, como um meio de “reunir os destroços” e unir o país em torno de uma identidade só, nova. Uma união nacional que fosse capaz de reconstruir a Europa. Assim surgiram as grandes companhias de comunicação estatais, como a *British Broadcasting Company* (BBC), no Reino Unido, em 1922.

Ainda segundo Lia Calabre o quadro de desolação da Europa contribuiu para o rádio que se tornou uma “arma da população, para ser ouvida e fazer ouvir os seus direitos e reivindicações” (CALABRE, 2004: 9).

E assim chegou ao Brasil. Segundo especialistas no assunto, as primeiras transmissões de rádio em território brasileiro ocorreram ainda em 1919, no Recife, em Pernambuco. Entretanto, a primeira transmissão oficial se deu em 1922, mais precisamente no dia 7 de setembro de 1922, no Rio de Janeiro, durante as comemorações do Centenário da Independência do Brasil. Portanto, o rádio em 2012 completa seus 90 anos de idade. Para impressionar as milhares de autoridades presentes na inauguração do pavilhão de exposição que comemorava os 100 anos do grito do Ipiranga, instalou-se uma estação de 500 watts no topo do Morro do Corcovado pela

Westinghouse, o que permitiu a transmissão para cidades como Niterói, Petrópolis e São Paulo. 80 receptores foram importados e distribuídos, muitos destinados à exposição que contava com alto-falantes espalhados no pavilhão. O discurso do então presidente da República, Epiácio Pessoa, foi o primeiro som a ser transmitido, em meio a ruídos. Mesmo assim, o espanto foi geral: muitos pensavam que não se passava de um truque, uma ilusão. Em seguida ao discurso presidencial, transmitiu-se, diretamente do Teatro Municipal da então capital federal, trechos da ópera “O Guarani”, de Carlos Gomes. A repercussão foi imediata: todos os periódicos da época noticiaram o “feito”, aumentando a imaginação e a curiosidade das pessoas sobre as “caixinhas falantes”.

Empolgado com a primeira transmissão, o cientista e antropólogo, além de membro da Academia Brasileira de Letras, Edgard Roquette-Pinto, junto com Henrique Morize, criou a primeira rádio brasileira em abril de 1923: a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. A intenção da emissora era criar uma programação de cunho educativo, cultural e as dificuldades eram muitas: por ser a pioneira, a Sociedade não contava com moldes comerciais, ou seja, com propaganda para financiar as transmissões. Como o nome sociedade quer dizer, a manutenção da rádio (gastos com energia, pessoal e tecnologia, ainda que escassa) era garantida com a venda de títulos entre membros da elite brasileira da época. Os custos com burocracia – ainda não havia uma legislação para o meio – eram outros obstáculos para a Sociedade que transmitia em horários alternativos, em poucas horas do dia. Apenas a alta “casta” carioca tinha condições para importar receptores de rádio e, bem aos poucos, o rádio foi se disseminando pelo Rio e pelo Brasil.

## ***2.2– Desenvolvimento no Brasil***

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro tinha uma programação educativa, muito focada na transmissão de cultura visando o progresso do Brasil. A participação de Roquette-Pinto era quase que fundamental: o cientista acabou se tornando o primeiro locutor do rádio brasileiro, ao ler diretamente as notícias dos jornais impressos e comentá-las em seqüência. Com seu lápis vermelho, Roquette-Pinto selecionava as matérias mais importantes e as lia durante a manhã, no primeiro produto jornalístico do rádio brasileiro, o *Jornal da Manhã*, segundo Milton Jung em “Jornalismo de Rádio” (não confundir com o clássico homônimo da Rádio Jovem Pan de São Paulo). Outras partes da programação incluíam aulas de português, história e geografia, palestras de

temas gerais, além das discussões que surgiam das notícias dos periódicos.

Em 1924, surgiu a Rádio Clube do Rio de Janeiro. Criada nos mesmos padrões da Sociedade – classes abastadas que sustentavam a rádio, cuidando da programação (doando discos, por exemplo), dos detalhes financeiros e, como acesso era muito específico, era o único público que “consumia” o rádio. Entre aspas mesmo, pois a propaganda era ainda proibida. O decreto-lei de número 16.657 (15.11.1924) determinava que o governo “reserva para si o direito de permitir a difusão rádio-*telephonica (broad-casting) de anúncios e reclames comerciais*” (CALABRE, 2004: 14). A concorrência, mesmo que o mercado fosse pequeno, existia entre a Sociedade e a Clube: as rádios transmitiam em dias e horários diferentes (uma as segundas, quartas e sextas, outra às terças, quintas e sábados).

Outras rádios foram surgindo no país ainda que de forma devagar, inclusive no interior do Brasil: Paraná, Rio Grande do Sul, São Paulo, Bahia, Minas Gerais, Pernambuco e Pará foram os primeiros estados a constituir uma emissora de rádio na década de 1920. Enquanto isso, nos Estados Unidos, também um país de dimensões continentais, já existiam 530 rádios em funcionamento.

Apesar da programação bastante elitista, as emissoras tentavam se aproximar de um público mais amplo transmitindo alguns programas em praças públicas com alto-falantes, de modo a divulgar o meio radiofônico para mais e mais pessoas. Ao mesmo tempo, o rádio tentava se profissionalizar: mesmo sem uma regulamentação em forma de lei, as próprias emissoras foram tentando se organizar de maneira mais profissional para deixar para trás a fase amadorística.

Um exemplo interessante é a Rádio Record de São Paulo, fundada em 1928, que nasceu para trazer ao público paulista uma emissora de cunho jornalístico, com prestação de serviços e entretenimento.

Mais rádios foram surgindo assim como novos receptores também foram importados, aumentando ainda mais a rede de pessoas que escutavam o rádio. Mas a confirmação mesmo do poderio radiofônico só viria a partir da década de 1930 com grandes emissoras surgindo e com a importância política do meio radiofônico dentro do tumultuado e instável campo político brasileiro.

As eleições de 1930, disputadas entre Júlio Prestes e Getúlio Vargas, foram bastante repercutidas pelo rádio. Em São Paulo, emissoras como a Record e a Educadora fizeram

campanha para o candidato paulista. Era uma prévia do que se viria durante a Revolução Constitucionalista de 1932, quando as ondas das rádios literalmente entraram em batalha contra o governo interventor de Getúlio Vargas, presidente do Brasil desde 1930. O meio tornou-se, portanto, um excelente veículo para propagação ideológica. Rádios paulistas tornaram-se “inimigas” das cariocas. As transmissões durante a noite – quando as ondas de cada metrópole chegavam mais facilmente à outra cidade – eram inflamadas com discursos políticos. A cada informação divulgada por uma emissora, a rival corria para esclarecer ou criticar a outra. (PRADO, 2012: 93)

O grande ponto de virada do rádio brasileiro foi a autorização da veiculação de peças publicitárias, conforme o decreto 21.111 de março de 1932. A liberação abriu as portas para o financiamento das grandes emissoras, que passaram a ganhar investimentos em tecnologia radiofônica, em pessoal (contratação de elencos de atores para as novelas e programas de entretenimento, orquestras para as apresentações ao vivo, formação de uma discoteca, além de transmissores mais potentes) e puderam a partir de então crescer com força. 10% da programação, de acordo com o decreto de Vargas, poderia ser destinado para os “reclames”, como eram chamados os anúncios comerciais na época. Com isso, as emissoras foram se aprimorando, outras foram surgindo já adequadas ao padrão comercial estabelecido, mostrando que o rádio, um veículo que mostrou ser revolucionário por diversos motivos, tinha vindo para ficar.

### ***2.3 – A Era de Ouro do Rádio***

Como dissemos, a entrada da publicidade – por meio de agências norte-americanas como McCann-Erickson, W.Aye, J.Walther Tompson e Standard (JUNG, 2004: 30) - deu ânimo e um belo empurrão para o crescimento das rádios e o estabelecimento do meio como o veículo de comunicação mais importante do Brasil. As décadas de 30 e 40 formaram o período chamado de “Era de Ouro do Rádio”, onde se mostrou sua força e sua importância.

Getúlio Vargas era um grande nacionalista. Méritos e críticas de lado, ele inspirou-se muito em projetos ufanistas e de formação de uma identidade nacional dos ditadores europeus fascista e nazista (Mussolini e Hitler), mesmo lutando contra eles na II Guerra. Na Europa, o rádio servia para disseminar os ideais do governo em vigor, “adestrar” a população e limar qualquer tipo de discussão política ou democrática para manter o regime firme e forte. Vargas dispôs dos mesmos artifícios no Brasil. Já na legislação que deu tons profissionais ao meio radiofônico e também com a propaganda (1932), o

“Pai dos pobres” previa a criação de um programa nacional, promovido pelo governo federal, que deveria ser retransmitido para todas as emissoras do país – a Hora Nacional. Por limitações técnicas (transmissores pouco potentes) e questões políticas (emissoras de São Paulo contrárias ao regime varguista se recusavam a transmitir o programa), o programa só foi se estabelecer mesmo quase no final da década.

Com o Estado Novo – período onde a força do regime aumentou, tendendo ainda mais para um tipo brasileiro de fascismo -, Vargas criou o Departamento de Imprensa e Propaganda, o DIP, que era responsável pela censura de todos os meios de comunicação além de estabelecer políticas que promoviam a figura do presidente gaúcho. O departamento possuía uma seção específica para o rádio, que já despontava como principal veículo de massa, que tomou para si a tarefa de colocar o projeto da Hora Nacional em dia. A partir de 1939, a Hora do Brasil, com notícias dos três poderes (Legislativo, Judiciário e Executivo), pronunciamentos do presidente e informações referentes ao regime (sempre com o crivo do DIP) passou a ser irradiada para todo o país, de segunda à sexta-feira, de 19 às 20h, o que ocorre até hoje.

Deixando a parte política um pouco de lado, vamos falar do ouvinte que saiu do intelectual endinheirado do começo da década de 20 para um perfil mais popular com o desenvolvimento do rádio nesta década de 1930. A programação das emissoras – sempre com o respaldo da publicidade e olhar da censura política de Vargas – foi se aproximando dos gostos populares, com o lançamento de grandes artistas, entre músicos e atores, o que gerou críticas por parte dos antigos ouvintes que pregavam o uso científico, educativo e cultural para o rádio e não um produto capitalista voltado para as massas.

Os transmissores e receptores foram ficando mais baratos ao longo da década de 1930, aumentando a “cadeia radiofônica”. Mesmo assim, nem todos conseguiam ter um belo exemplar em sua sala. Surgia aí o fenômeno do “rádio vizinho”. Segundo a pesquisadora Lia Calabre,

A curiosidade e o desejo das camadas populares de possuírem aparelhos de rádio cresciam (...) e era comum que as famílias que tinham aparelhos de rádio os partilhassem com os vizinhos, permitindo que acompanhassem parte da programação (CALABRE, 2004: 25)

A especialista ainda lembra que comerciantes compravam aparelhos de rádio para atrair a clientela.

Grandes rádios foram se estabelecendo no Brasil como a Record em São Paulo, a Inconfidência em Minas Gerais, a Gaúcha no Rio Grande do Sul e a Mayrink Veiga e a Philips no Rio de Janeiro. O sucesso do rádio começou a interessar grandes grupos de comunicação e de jornalismo a entrarem no meio, como os Diários Associados de Assis Chateaubriand e também o grupo de O Globo, de Roberto Marinho.

No caso de Chatô, como era chamado o magnata brasileiro das comunicações, chegar ao rádio seria um passo muito importante para sua cadeia de jornais, revistas e editoras. Segundo o jornalista Fernando Moraes em sua biografia de Chatô a criação da Rádio Tupi, em 1935, veio a partir da “coleta” de montes de dinheiros de empresários da época, com quem Chatô tinha bastante poder de barganha. Moraes comenta:

Graças a esses milionários, quando Guglielmo Marconi (especialmente convidado para a inauguração) apertou o botão que punha no ar a primeira rádio Associada, a “Tupi, o Cacique do AR”, era a segunda estação mais potente do continente (...). (MORAIS, 1994: 364)

Sempre ousado, Chateaubriand mexeu com as estruturas do rádio brasileiro e carioca quando tirou da Mayrink Veiga a maior estrela nacional do momento: a atriz e cantora Carmen Miranda. Com um salário bastante superior ao que ela recebia na Mayrink, a Tupi recebeu a “pequena notável” exigindo shows e participações em programas, o que alavancou a audiência da Tupi.

Mesmo com o sucesso, Chateaubriand – que viria abrir dezenas de rádio até o final de sua vida na década de 1960, como a Tupi de São Paulo e a Itatiaia em Minas – via o rádio como mais um de desses muitos negócios.

Sou um homem da imprensa de papel e estou convencido de que a idéia que forma opinião tem que estar impressa em letra de forma. O rádio pode ser mais abrangente, e certamente é mais subversivo que o jornal, mas o que mexe com o tutano do freguês é o jornal (Ibidem, 1994)

### ***2.3.1 - A Nacional do Rio de Janeiro***

Mas a grande rádio brasileira, que viria a estabelecer os padrões dos meios de comunicação não-impessos utilizados até hoje, veio em 1936: a Nacional do Rio de Janeiro. Inaugurada em 12 de setembro de 1936 no último andar do edifício do jornal A Noite (grupo responsável pelo lançamento) na Praça Mauá, a Nacional fez história como a rádio responsável por criar uma identidade brasileira divulgada nacionalmente. De 1940 até o golpe de 1964, a Nacional foi o veículo de comunicação mais importante do país, levando entretenimento, música e jornalismo para o Brasil inteiro.

Getúlio Vargas, em março de 1940, assinou o decreto-lei 2.073 que cria as Empresas Incorporadas ao Patrimônio da União. Entre elas estava a Nacional, que viria a ser um veículo de promoção dos valores e culturas brasileiras para serem divulgados para todo o Brasil. Ao contrário da Hora do Brasil, não era um instrumento de manipulação governamental ou de exposição das idéias pessoais do ditador, e sim um meio de promoção da identidade brasileira, que foi construída com ajuda da Rádio Nacional.

Após a estatização da Nacional, seus diretores decidiram não “burocratizá-la” e transformá-la em mais uma repartição pública. Optaram por manter as diretrizes comerciais e focadas na liderança e na transmissão desses valores brasileiros. Segundo Ronaldo Conde Aguiar em “O Almanaque da Rádio Nacional”, a PRE-8, seu prefixo, “teria de fazer jus ao seu próprio nome e se transformar, de fato, numa emissora nacional, tendo como objetivo atingir a população como um todo”. (AGUIAR, 2007: 23).

A programação da Nacional era composta por programas de auditório, musicais, radionovelas, humorísticos, variedades e boletins jornalísticos. Os de auditório, como vemos até hoje, eram capitaneados pelo talento e habilidade do apresentador. A participação do público era mais que importante. Com a inauguração do auditório em 1942, com capacidade para 486 pessoas (AGUIAR, 2007: 24), a Nacional aproximou seus artistas, cantores e atores do público em geral, o que aumentou ainda a popularidade da rádio.

As revistas do rádio auxiliavam a divulgar a fama e a vida dos artistas que participavam do rádio, principalmente nos programas de auditório e de fins musicais. Nasceram destes programas e também da Nacional grandes artistas. No campo da música, nomes como Francisco Alves, Sílvio Caldas, Cauby Peixoto, Orlando Silva, Dorival Caymmi, Emilinha Borba, Dalva de Oliveira, Ângela Maria etc....os “Reis” e as “Rainhas” do rádio, conforme os concursos populares coroavam. A aproximação com o público fez surgir os fã-clubes que reuniam as fãzocas e as “macacas de auditório”, mulheres que estavam nas instalações da Nacional sempre que podiam para acompanhar os programas e, é claro, tietar os artistas.

Os programas musicais também faziam parte da programação da Nacional, que possuía a maior discoteca do país, reunindo além de músicas, efeitos sonoros, vinhetas, jingles, entre outros tipos de som. As apresentações musicais da Nacional, sempre ao vivo, reuniam orquestras de primeira linha, com maestros importantes como Radamés

Gnatalli, e inovavam nos ritmos musicais. Parte da história da Música Popular Brasileira está ligada aos programas de música e de auditório veiculados na Rádio Nacional.

Outra parte da programação da Nacional que contribuiu para o seu domínio absoluto foram as radionovelas. A primeira a ser lançada foi *Em Busca da Felicidade* que entrou ao ar pela primeira vez em 1941 e logo se tornou uma coqueluche. Somente no primeiro mês de exibição das novelas (dez minutos de duração, às segundas, quartas e sextas sempre às 10h30min da manhã) chegaram mais de 48 mil cartas (AGUIAR, 2007: 85) no prédio de *A Noite*, na Praça Mauá. *Em Busca da Felicidade* foi o pontapé inicial da dramaturgia no rádio brasileiro. Nos anos que se seguiram, centenas de novelas passaram pelo espectro da Nacional. Estima-se que na década de 1950, a PRK-8, como também era conhecida, possuía cerca de 150 profissionais em seu *cast* ligados à produção das radionovelas. Os atores e atrizes que participavam dos romances e dramas também obtiveram status de estrelas do incipiente *show business* brasileiro, assim como os cantores e cantoras. Financeiramente, eram os melhores tipos de programa, pois sempre contavam com patrocínio de grandes multinacionais (*Em Busca* tinha como anunciante a pasta de dente Kolynos) e com bons números de audiência, ou seja, ficando responsáveis por boa parte dos rendimentos da Nacional.

A fixação que o brasileiro tem pelas novelas hoje em dia nasceu do sucesso das radionovelas da Rádio Nacional. No rádio, como não existem imagens, o ouvinte imaginava as situações em sua individualidade, criando um universo onírico bastante atraente. Os atores e atrizes caprichavam na interpretação do texto para dar credibilidade à atuação. Os efeitos sonoros, como falamos, era dos melhores, trazendo, portanto, um grau de qualidade elevado às novelas da PRK-8, garantindo seu sucesso.

Outra grande obra da Nacional foi *O direito de nascer*, que começou a ser exibida em 1951 e seguiu por mais de 250 capítulos fazendo com que 73% dos rádios brasileiros estivessem ligados na Nacional (AGUIAR, 2007: 91). As histórias e enredos eram sempre de origem latina, muitos oriundos de Cuba, de onde as primeiras telenovelas iriam surgir.

Além dos programas de auditório, das atrações musicais e das radionovelas, a Nacional também despontou e fez história com seus humorísticos. Ronaldo Conde Aguiar mostra a importância deste gênero para o meio radiofônico e também para o humor brasileiro.

Os programas humorísticos da Rádio Nacional fizeram, com qualidade e inteligência, aquilo para o qual foram criados: divertir e alegrar os ouvintes. E é isso que explica a permanência do ar de alguns deles por tantos anos sem qualquer abalo ou queda em seu prestígio. Muitos se tornaram não apenas uma referência do humorismo radiofônico, como do próprio humor como categoria e gênero de expressão humana. (AGUIAR, 2007: 110)

Dentre os mais notáveis humorísticos da Nacional, podemos citar o PRK-30 e o *Balança mas não cai*. O primeiro foi lançado como PRK-20 na Rádio Clube do Brasil e em seguida, devido ao sucesso, passou para a Mayrink Veiga do Rio. Quando chegaram na Nacional, tiveram que mudar o nome, pois o antigo estava registrado já. Interpretado por Lauro Borges e Castro Barbosa, o PRK consistia em uma sátira ao rádio brasileiro daquele momento, fazendo graça com os programas de auditório, com o jornalismo e também com as novelas. Após uma briga com a direção da Nacional, o programa saiu do ar. Segundo a historiadora Lia Calabre, para substituir o PRK-30 na programação da Nacional, o ator, roteirista e diretor Max Nunes criou o *Balança mas não cai*, considerado por Lia e por muitos especialistas como o mais famoso programa de humor do rádio brasileiro. Era uma encenação do dia-a-dia de um grande prédio com várias esquetes refletindo a vida do cidadão brasileiro. Um dos quadros mais notórios era o do Primo pobre e primo rico, onde Brandão Filho e Paulo Gracindo interpretavam dois parentes que contavam suas vidas um para o outro relatando a desigualdade social entre eles e também a do Brasil que caminhava lentamente para o desenvolvimento.

Fazendo uma ponte para o humor televisivo brasileiro, programas como *Zorra Total* e *Casseta e Planeta* da Rede Globo também sempre fizeram sátiras de programas da emissora e também já realizaram esquetes em situações bastante cotidianas (EX: o Metrô de Valéria e Janete). Isso pode mostrar a importância de PRK-30 e *Balança mas não cai* para o humor do Brasil.

### **2.3.2- O Jornalismo**

Muitas rádios que foram surgindo ao longo das décadas de 20 e 30 tinham parte de sua programação voltada para a transmissão de notícias. O formato era quase sempre o mesmo: leitura dos jornais da época. Não havia um padrão de jornalismo radiofônico estabelecido no Brasil. O primeiro a quebrar este paradigma e lançar um modelo a ser seguido de se fazer jornalismo pelo rádio foi o Repórter Esso, um radiojornal de curta duração (cerca de 5 minutos) que nasceu em 28 de agosto de 1941 (CONDE, 2007: 117). A Nacional foi a primeira emissora do Brasil a organizar uma redação própria

para os radiojornais, mas no início, mantinha o formato “tesoura e cola” citado neste parágrafo.

A partir do Repórter Esso, o radiojornalismo brasileiro foi se profissionalizando e tornando-se específico para o meio, ou seja, com características próprias e pensadas para o rádio. O Repórter Esso era produzido pela agência de publicidade McCann-Erickson e preparado pela agência de notícias United Press Internacional – UPI. Inicialmente, era produzido em diversas praças brasileiras, como São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre e Recife. A partir de 1944, era transmitido em todo o território brasileiro em ondas curtas pela Rádio Nacional.

O grande nome responsável pelo sucesso do Repórter Esso, cujos slogans eram “O primeiro a dar as últimas” e “Testemunha ocular da história”, foi Heron Domingues. Gaúcho, o locutor chegou para apresentar o Esso em 1944 na Nacional e revolucionou o radiojornalismo do Brasil criando um formato específico para o veículo: boletins curtos, imparcialidade, notas rápidas e criou o método de contar as linhas da lauda jornalísticas para estabelecer o tempo em que a mesma seria lida no ar. 15 linhas correspondiam a um minuto no ar. Foi uma revolução. O próprio Heron comenta:

A imprensa é a análise, o rádio é a síntese. A imprensa dirige-se aos que sabem ler, o rádio fala, também, aos analfabetos. As frases radiofônicas são curtas, contêm apenas o sujeito, o verbo e o objeto direto ou indireto. (...) O entendimento deve ser instantâneo para que o cérebro possa acompanhar o curso da notícia (CONDE, 2007: 116)

O profissionalismo e a adaptação do jornalismo impresso para o rádio feitos pelo Repórter Esso da Nacional deram muita credibilidade ao produto jornalístico em questão. Para se ter uma idéia, só se acreditava em um fato ou uma notícia depois de seu anúncio no Esso. Seus boletins extraordinários em edições especiais (Fim da Segunda Guerra, Suicídio de Getúlio Vargas, Golpe de 1964 etc.) podem ser considerados o “pai” do Plantão da Rede Globo atualmente, sem a vinheta macabra que faz todos pensarem em tragédias. O formato é o mesmo: interromper a programação da emissora para “transmitir as últimas” parafraseando o slogan já citado.

Paulo Tapajós, ex-diretor da Nacional, em entrevista para o rádiocumentário “BBC: o rádio no Brasil”, produzido Serviço Brasileiro da BBC de Londres, mostra a importância do Repórter Esso.

A primeira emissora a divulgar o final da II Guerra foi a Tupi do Rio de Janeiro. Sairam na frente por alguns minutos. Mas o povo não acreditou. Ficou esperando o Repórter Esso dar a notícia para se ter a confirmação. Heron, ansioso para dar o feliz anúncio, passou a dormir na Nacional. Colocou uma

cama de campanha no estúdio para não perder tempo assim que a notícia chegasse por meio das agências. (SAROLDI: BBC, 1988: Disco 08)

O Repórter Esso no rádio ficou no ar de 1941 até 1968, quando foi extinto, já exibido pela Rádio Globo do Rio de Janeiro. Na TV, ficou de 1962 até meados da década de 70, quando o Jornal Nacional da Globo se consolidou como mais importante telejornal brasileiro. Importante lembrar que Heron foi apresentador do JN e deu a notícia da chegada do homem à lua em 1969.

### ***2.3.4 - Outras Emissoras***

As outras grandes emissoras existentes no Rio de Janeiro e no Brasil seguiam o modelo lançado pela Nacional: novelas, jornalismo e variedades (auditório e músicas). No jornalismo, a Tupi de São Paulo criou o primeiro radiojornal completo, dividido em seções: era o Grande Jornal Falado Tupi, criado por Coripeu Azevedo Marques, uma importante figura do rádio paulistano. (PRADO, 2012: 126). Entre as décadas de 30 a 50 surgiram as principais rádios brasileiras como a Bandeirantes e a Panamericana em São Paulo, a Guaíba no Rio Grande do Sul e no Rio de Janeiro, a Rádio Globo, a primeira estação radiofônica do grupo de Roberto Marinho inaugurada em 1944.<sup>4</sup>

Durante o final da década de 40 e a primeira parte dos anos 50, o rádio se estabeleceu como principal meio de comunicação do Brasil. Estava presente na grande maioria das casas brasileiras, as emissoras estavam mais profissionais com tecnologias de transmissão mais atualizadas e o mercado publicitário fornecia grandes patrocínios. Foi o auge do meio radiofônico. Até que surgiram os primeiros testes de televisão.

### ***2.4 – A chegada da Televisão: o fim do rádio?***

A televisão chegou ao Brasil em 1950, com a TV Tupi de São Paulo, de Assis Chateaubriand. Chatô decidiu criar a quarta emissora de televisão do mundo (a primeira da América Latina) após uma viagem aos Estados Unidos onde conheceu estúdios de televisão. A estréia da Tupi, em 18 de setembro de 1950, em São Paulo (MORAIS, 1994: 500) provocou uma discussão: seria o fim do rádio? Desde então sempre estão querendo “matar” o rádio.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <http://radioglobo.globoradio.globo.com/home/HOME.htm>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

O que se viu durante a década de 1950 foi o desenvolvimento dos canais de televisão e uma gradual transferência de recursos - financeiros, por meio das agências de publicidade, e também pessoais com as orquestras, os atores e os cantores – para a televisão. As rádios permaneciam no formato consagrado pela Nacional e lentamente, conforme os aparelhos de televisão eram disseminados entre a população, iam perdendo o prestígio e a fama alcançada.

A situação política no Brasil também não era das melhores. Após o suicídio de Getúlio Vargas em 1954, havia uma forte pressão interna dentro das Forças Armadas para que um golpe de estado fosse feito para evitar a ascensão de políticos comunistas ao governo. É importante lembrar que vivíamos o período da Guerra Fria, onde Estados Unidos e União Soviética disputavam a hegemonia global. O Brasil, um país de dimensões continentais e cheio de recursos naturais, era, obviamente, um ponto de interesse das potências em destaque no mundo.

Faremos uma breve análise. Jânio Quadros, eleito presidente do Brasil em 1960, na inauguração de Brasília, a nova capital federal, renunciou ao mandato sete meses depois de chegar ao Planalto. Sua sucessão foi marcada por polêmicas. João Goulart, seu vice, era visto como ligado aos interesses de Moscou e uma campanha para que ele não assumisse o poder foi lançada. Em contrapartida, políticos a favor de sua posse, entre eles o governador do Rio Grande do Sul, Leonel Brizola, cunhado de Jango, criaram a chamada “Rede da Legalidade”. E onde o rádio entra nessa história? Emissoras gaúchas ligadas à “Rede” transmitiam os discursos inflamados de Brizola em favor de Jango e podiam ser ouvidas em outras regiões do país, o que chamou a atenção das autoridades. Jango assumiu a situação da política brasileira permaneceu instável até o golpe dos militares em 1964.

Dias antes do golpe, no final de março de 1964, as emissoras Nacional e Mayrink Veiga do Rio de Janeiro transmitiam discursos, palavras de ordem, tentando criar uma mobilização popular para evitar o iminente golpe. Mas, segundo o radialista Luiz Carlos Saroldi em depoimento ao radiodocumentário da BBC, isso não aconteceu.

Os militares invadiram a Nacional, tirando a rádio do ar por algumas horas. Formou-se uma ‘lista negra’ dos funcionários da rádio que eram ligados a movimentos de esquerda. Muitos foram demitidos ou até exilados, só retornando ao Brasil após a anistia. A Mayrink Veiga, por sua vez, foi totalmente fechada pelos militares. (SAROLDI: BBC, 1988: Disco 08)

O fechamento da Mayrink e o desmantelamento do elenco da Nacional abalaram as estruturas do rádio brasileiro, que já vinha sendo enfraquecido com a crescente

popularização da televisão. Ainda na década de 1950, muitas rádios que seguiam o tripé Auditório-Novela-Humor, estabelecido pela Nacional, foram se modificando em decorrência da queda dos investimentos publicitários e da fuga dos artistas para a televisão.

Um formato adotado por algumas rádios é o da música (gravada), esporte (transmissões esportivas) e notícia, também com muita prestação de serviço. A Rádio Jornal do Brasil do Rio de Janeiro foi uma das primeiras a mesclar música e informação de qualidade (jornalismo do JB) no dial carioca. Emissoras como a Tamoio e a Eldorado seguiram o mesmo caminho, tendendo também para o público jovem com a explosão da Bossa Nova, nos anos 50 e da Jovem Guarda na década seguinte, mesmo com a aparição de artistas como Roberto Carlos, Eduardo Cardoso, Vanderléia e Jerry Adriani também em programas na televisão (TV Record, 1965).

Em São Paulo, a Bandeirantes (JUNG, 2004: 38) em meados da década de 50 investiu em uma programação 24 horas por dia nos sete dias de semana focando no jornalismo. A Panamericana, também paulistana, que, em 1965, passou a se chamar Jovem Pan (FARIA, 2006: 15), tornou-se referência em prestação de serviços e jornalismo de credibilidade em São Paulo. Características que mantém até hoje, mesmo em AM.

Neste papel, de prestador de serviço, de informante jornalístico, de companheiro da madrugada, de instrumento de entretenimento com música e esporte, o rádio sobreviveu à chegada e ao estabelecimento da televisão, ao contrário do que previam muitos. Com a chegada do transistor, em 1955 possibilitou-se também uma portabilidade maior do rádio, antes só visto nas salas das casas e apartamentos, em estabelecimentos comerciais e muito pouco nos carros. Agora podia se ter aparelhos menores e sem necessidade de conexão com a rede elétrica.

Outra novidade técnica ajudou o rádio a sobreviver à modernidade da televisão: o surgimento da transmissão comercial em Frequência Modulada, ou seja, o nascimento da Rádio FM.

### **3 - O FM ESTRÉIA: DO RIO PARA O BRASIL**

Como vimos no último capítulo, a chegada da televisão mudou os paradigmas do rádio no Brasil. O novo meio de comunicação colocou em xeque a utilidade do rádio, que precisou se reinventar, mudar de formato e se adaptar ao novo padrão de comunicação no Brasil, que passou a ser pautado pelo o que a televisão colocava no ar. Neste capítulo, vamos mostrar como foi essa adaptação, que passou pelos primeiros experimentos em FM – com formatos pouco comerciais, pela revolução que foi a Cidade em 1977 e o que fez a rádio FM se tornar um meio de comunicação forte, rentável financeiramente e no formato que conhecemos nos dias atuais.

#### ***3.1- Primeiras transmissões***

Antes de entramos na história da FM, só um lembrete: todas as rádios citadas até o momento neste humilde trabalho de conclusão de curso transmitiam sua programação ou em Amplitude Modulada (AM) ou em Ondas Curtas. As diferenças entre elas nós falamos no começo da parte de número 2.

Ainda sobre partes técnicas do rádio, é bom lembrar que até as décadas de 40 e 50 grande parte das rádios faziam a ligação entre a emissora e os transmissores nos topos de prédios e montanhas por linhas telefônicas. Havia um pequeno problema nesta solução:” quando chovia, a água costumava entrar dentro da linha e a rádio ficava fora do ar ou com chiados insuportáveis até que a companhia telefônica resolvesse o problema”. (MANSUR, 1984: 20) Após a reestruturação do mundo depois da II Guerra Mundial, engenheiros descobriram no FM um *link* para substituir o telefone na função de ligar emissora ao transmissor. Ao mesmo tempo, algumas rádios começaram a transmitir em FM.

A primeira do Brasil foi a Rádio Imprensa, do Rio de Janeiro, em 1955 (PRADO, 2012: 261). Sua programação era vendida comercialmente para lojas, escritórios e ganhou notoriedade por ser o fundo musical dos supermercados Disco, famosos no Rio nas décadas de 50, 60 e 70. Nascia aí, portanto, a expressão “rádio consultório” ou “rádio elevador”. Emissoras como a Imprensa transmitiam música ambiente, quase sem ou completamente sem a presença de um locutor. O famoso “vitrolão”.

Havia ainda a situação política. Vivíamos o Regime Militar pós Ato Institucional de número 5, que aumentou ainda mais a força da ditadura, a censura e o controle dos meios de comunicação. O AM, de longo alcance, tornou-se perigoso por chegar a mais

municípios podendo ser utilizado para divulgar mensagens contrárias ao governo dos militares. Já o FM, de alcance menor, por questões técnicas, era facilmente manipulado, até pela proposta musical e entretenimento que era formada. Luiz Carlos Saroldi comenta:

Os governos que se seguiram passaram a usar a concessão de estações FM como um instrumento de jogo político e com isso a faixa FM se ampliou rapidamente em meados da década de 70. Enquanto isso, o AM sofria um desgaste de imagens, passou a ser considerado uma coisa popular e, até mesmo, desestimulado pelo governo, porque se tornou uma espécie de perigoso veículo de comunicação. O FM, com seu alcance pequeno, seria de muito mais fácil manipulação e de comportamento muito mais voltado ao entretenimento do que ao debate de temas políticos. (SAROLDI: BBC, 1988, DISCO 09)

Voltando ao AM, duas emissoras e um locutor ou “disc-jóquei”, como eram conhecidos os DJs da época, foram responsáveis pelo estabelecimento de um “pré-formato” de linguagem das rádios FMs que viriam surgiam. Eram as rádios Tamoio e Mundial e o locutor era Newton Alvarenga Duarte, mais conhecido como Big Boy.

A Tamoio e a Mundial introduziram a chamada “Parada de Sucesso”, começando a focar no público jovem do Rio de Janeiro dos anos 60. Eram músicas de origem pop, muitas delas internacionais (norte-americanas em sua maioria), que atraíam grande parte da audiência que não queria ouvir o AM clássico, como por exemplo, das rádios Globo e Tupi. Podemos dizer que elas cavaram um espaço e iniciaram um processo de migração de esvaziamento do AM em busca do FM.

### ***3.2 - O Fenômeno Big Boy: Mundial E Eldopop***

Big Boy, um pacato professor de geografia, surgiu na rádio Mundial (860 KHZ) no fim da década de 60. Segundo o documentário “The Big Boy Show”, feito por Leandro Petersen, seu filho, em 2006 e disponível no Youtube<sup>5</sup> o introvertido Newton sempre levava discos para a recém-inaugurada Mundial, pertencente ao Sistema Globo de Rádio, de Roberto Marinho. Fornecia alguns sucessos e músicas que ainda não tinham chegado ao Brasil – não havia internet. Diretores da rádio, pensando em dar um formato diferente à emissora, deram um horário para que Newton pudesse colocar seus discos e suas músicas exclusivas.

Reynaldo Jardim, diretor da rádio na época, em depoimento para o documentário, dá mais detalhes.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=0t6FhgHDMas>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

Doutor Roberto Marinho tinha acabado de comprar a Mundial, que tinha uma programação evangélica, de pouca audiência, e a gente queria inovar, buscar a liderança da Tamoio. O Newton era conhecido por sua discoteca, uma malinha que carregava consigo sempre. Decidi colocá-lo no ar e ele disse que não era locutor. Mas locutor eu tinha, eu queria alguém que falasse para o jovem. Disse pra ele ir lá e fazer maluquices.<sup>6</sup>

Dr. Silvana, sonoplasta do SGR que ficou responsável pela mesa de áudio do programa, contou ao documentário que foi uma surpresa quando abriu o microfone para Newton, um rapaz aparentemente tímido.

Ele começou a gritar ‘Hello, crazy people!’ Aqui quem fala é Big Boy aqui na Mundial show musical’, foi surpreendente. Aproveitei e coloquei uns efeitos sonoros também que ele adorou. Foi um sucesso absoluto.<sup>7</sup>

O programa, “The Big Boy Show”, rapidamente tornou-se líder de audiência. Começava às 18h e trazia música pop, internacional, bastante dançante e com a locução extrovertida, jovem, focada na juventude do Rio de Janeiro da época que, obviamente, apaixonou-se pelo estilo inconfundível de Big Boy. Hits internacionais e outros sucessos eram lançados no programa. Newton aumentava sua grande coleção de discos viajando para o exterior, trocando correspondências com gravadoras e cantores dos Estados Unidos e Europa e também pedindo para conhecidos que iam viajar, comissários de bordo. Sucesso estabelecido, Big Boy ganhou influência dentro do Sistema Globo de Rádio.

Em 1971, Roberto Marinho decidiu criar uma rádio que transmitisse em FM, em 98,1 MHz, mas não havia programação ou ao menos uma linha para se seguir. Era um completo experimento. Peixinho, programador do SGR, disse em “The Big Boy Show” como nasceu a Eldorado Pop, ou Eldo Pop.

A gente não podia tocar nada que tocasse na Mundial, ou seja: música pop, Beatles ou qualquer tipo de sucesso. O Big Boy disse: ‘vamos pegar uns rocks progressivos, tipo Pink Floyd, Yes, coisa alternativa, mas boa, que não toca em nenhum lugar’, aí nasceu. Foi um barato só. Não anunciávamos os nomes das músicas, não tinha locutor.<sup>8</sup>

A programação, coordenada por Big Boy, era composta por algumas notas jornalísticas gravadas, uma propaganda e uma seqüência de três músicas com cerca de 25 a 30 minutos. O fato de não anunciar as músicas criava uma união entre os ouvintes que gravavam a programação da rádio em fitas cassete e lutavam para conseguir

---

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=0t6FhgHDMas>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

<sup>7</sup> Ibidem.

<sup>8</sup> Ibidem.

identificar as músicas. As próprias vinhetas da emissora – algumas com a própria voz de Big Boy - ressaltavam a contemporaneidade e a jovialidade da rádio “FM estéreo jovem, som contemporâneo”.<sup>9</sup>

Carlos Townsend, criador da Rádio Cidade que falaremos daqui a pouco, conta qual era a grande moda da década de 70 entre os jovens da Zona Sul do Rio.

Muita gente se reunia na casa do outro, tomava uma droga, seja uma coisa leve como maconha ou algo mais pesado como mescalina, ácido e ficava curtindo o som da Eldopop. As pessoas entravam no quarto e viam lá vários marmanjos viajando ouvindo música. Era o grande barato da época<sup>10</sup>

Até hoje é uma rádio com proposta alternativa e interessante, não moldada nos padrões comerciais. Fãs órfãos da Eldopop reúnem-se em sites e blogs especializados para divulgar nomes de músicas, além de ter um *streaming* da rádio que transmite a programação da Eldo 24 horas por dia, inclusive com as vinhetas, guardadas por ouvintes e transferidas para arquivos digitais.

Como era uma rádio de proposta alternativa, focada em música e em público jovem, sem um formato comercial, a emissora foi perdendo força a partir de 1978, com a explosão do sucesso da Rádio Cidade. Em setembro do mesmo ano, saiu do ar dando lugar à 98 FM, de programação mais popular, com mais inserções comerciais e que viria a disputar a liderança do dial FM com a Cidade durante a década de 80.

Big Boy, com o sucesso adquirido na Mundial, passou a ser um dos maiores nomes da música jovem no Brasil, ainda que não fosse músico ou cantor. Sua popularidade lhe rendeu um quadro para falar de música no Jornal Hoje da Rede Globo. Outro fato importante é a criação dos Bailes da Pesada, festas com foco em música americana, principalmente o funk music, em clubes espalhados pelo Rio de Janeiro e pelo Brasil. A formação da equipe “Baile da Pesada” possibilitou a criação de companhias de som e bailes como a Furacão 2000, uma das criadoras do funk brasileiro na década de 80.

Após dar início à construção de uma linguagem radiofônica para jovens na Mundial e de uma programação específica para a juventude na Eldopop FM, Big Boy “limpou o terreno” para a criação da emissora que transformou o rádio FM, levando-o de frequência experimental e alternativa para a coqueluche dos meios de comunicação no Brasil no fim da década de 70: a Rádio Cidade do Rio de Janeiro. Infelizmente, Big

---

<sup>9</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=tVAtdyEHoyM>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=0t6FhgHDMas>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

Boy, por uma infeliz coincidência do destino, não pode acompanhar o nascimento da Cidade: faleceu em março de 1977 por problemas respiratórios, em São Paulo.

### ***3.3 - A Revolução do FM – Rádio Cidade 102.9MHz***

Antes de contarmos um pouco da história e da importância da Cidade, vale lembrar que existiam rádios FM no Rio de Janeiro e no Brasil. Claro, não eram famosas e o rádio AM ainda era o líder de audiência entre os formatos de rádio. No Rio, podemos citar a JB FM com proposta adulta, locução clássica e músicas leves, quase eruditas ou clássicas. Era também um “vitrolão”, com pouca ou quase nenhuma intervenção do locutor.

Em São Paulo, a Bandeirantes FM desde 1971 já transmitia um tipo de programação mais jovem, com músicas pop. Otávio Cesque Júnior falou para o radiodocumentário da BBC sobre o rádio no Brasil sobre a proposta da Band FM:

A Band inovou em São Paulo. Mesmo com o FM em implantação. Nasceu como filha das AMs mais jovens, como a Difusora e a Excelsior. Ainda em 1975 foi a primeira a criar programas específicos de música, focar também em MPB, com uma programação mais underground, uma proposta mais alternativa (JÚNIOR: BBC, 1988, Disco 09)

A Jovem Pan 2, também em São Paulo, começou sua programação em caráter experimental ainda em 1976, mas seu sucesso só veio após o estabelecimento do formato da Cidade do Rio de Janeiro, assim como muitas.

O grupo Jornal do Brasil, um dos maiores conglomerados de comunicação do Brasil na década de 70, já possuía duas faixas de rádio no dial carioca, com as rádios JB AM e JB FM. Após pensar em investir em televisão, o grupo decidiu expandir sua cadeia de rádios FM. Estamos em 1977 e Carlos Townsend, um jovem de 22 anos, parente dos proprietários do grupo JB, foi denominado para pensar em um novo formato para a estação que viria surgir em breve. Após a morte de Big Boy, Townsend viu que o formato jovem-animado-dançante precisava continuar e decidiu levar para a nova estação parte das ideias de Big Boy, mas como uma adaptação norte-americana, afinal, tinha passado três anos morando e estudando na América. No livro “No ar, o Sucesso da Cidade”, do radialista e orientador deste trabalho, Fernando Mansur, um dos locutores da Cidade, podemos acompanhar as influências musicais de Carlos Townsend ao criar a Cidade.

Queria algo com o espírito da Mundial: algo jovem, moderno, vibrante e atualizado. (...) Os flashbacks, afinal jovem também tem saudade, as músicas americanas como de Lou Rawls, (...) a discoteque, que surge ao mesmo tempo que a rádio e o soul music de Big Boy. (MANSUR, 1984: 68)

Townsend complemente em “No ar o Sucesso da Cidade” a forma com que os apresentadores iriam se comportar, com uma linguagem mais solta, menos “lida” e com mais cara de jovem. Para isso, contratou locutores jovem.

A rádio entrou no ar no dia 01 de maio de 1977 com programação musical voltada para a *disco music*, flash-backs dos anos 60 e início dos anos 70, Beatles e música brasileira. Mas o diferencial foi a locução. conta: “O papo entre os apresentadores nas passagens de horário começou no FM por intermédio da Cidade” (MANSUR, 1984: 69), mais especificamente por Eládio Sandoval, um dos locutores da rádio, que também contava, além de Mansur, com: Jaguar, Romílson Luís, Paulo Martins, Paulo Roberto, Marco Antônio, entre outros nomes importantes do rádio como Márcio Seixas e Francisco Barbosa.

A locução da Cidade inovou porque era específica, como se o locutor estivesse conversando com o ouvinte. Ficou para trás a entonação clássica e o vozeirão do rádio antigo. A Cidade estabeleceu uma linguagem coloquial, jovem e passou a ser copiada por centenas de rádios no Rio e no Brasil. Catapultou o sucesso do rádio FM no Brasil.

O sucesso imediato trouxe a rádio Cidade e o rádio FM no Brasil para os olhos das gravadoras e também das agências de publicidade, que passaram a enxergar o meio rádio como vivo novamente (os investimentos em AM caíam) graças ao FM. As gravadoras começaram a produzir artistas pensando no formato da divulgação em rádios FM, isto é, foram surgindo novos cantores e grupos com músicas mais pop, de batida jovem e formato mais atual. No AM, artistas brasileiros mais elitizados, digamos assim, não espaço perante o pop internacional e as bandas e cantores brasileiros mais populares, como Roberto Carlos, Wilson Simonal e Tim Maia. Outros como Milton Nascimento, Gilberto Gil e Caetano Veloso tinham pouco apelo popular por justamente não tocarem em rádios. A Rádio Cidade transformou este cenário. Mariozinho Rocha, atualmente diretor musical da Rede Globo (seleciona trilhas de novelas, por exemplo), em depoimento para, comenta esta situação.

As gravadoras, o público e até mesmo o próprio meio radiofônico não conheciam bem o FM e suas possibilidades. Foi com a Rádio Cidade que tudo mudou. (...) O novo veículo criou muita confusão nas gravadoras, pegas de surpresa. Aos poucos, as gravadoras foram se adaptando à nova realidade, participando deste mercado promissor (MANSUR, 1984: 50)

Com a popularização da Cidade e das rádios FM musicais voltadas ao público jovem, foram surgindo novos artistas como Lulu Santos, Ritchie, Guilherme Arantes, com hits praticamente criados para tocar nas rádios FM como “Menina Veneno”,

“Como uma onda” e “Cheia de Charme”, por exemplo. O FM virou, junto com a aparição na televisão em novelas e programas de auditório, um campo de pesquisas do que viria a ser sucesso ou não. Hoje, em 2012, a música precisa “bombar” nas redes sociais ou no Youtube para se tornar sucesso. As rádios FM atualmente reverberam o que é discutido e divulgado na grande rede de computadores. Mas voltemos ao sucesso da Cidade e da FM.

Duas modificações técnicas no mercado radiofônico brasileiro foram possibilitadas pelo sucesso da Rádio Cidade: a fabricação de aparelhos domésticos com recepção em FM e os rádios para automóveis que rapidamente aderiram ao FM – este com som mais limpo e potente dentro das grandes cidades. Com o sinal mais forte, ainda mais depois da inauguração do som estéreo, “o rádio voltou para a sala, de maneira mais sofisticada”, (PRADO, 2012: 263) junto com o tocador de disco e o gravador em cassete. Aliás, com o ganho em qualidade proporcionado pelo FM, muitas pessoas deixaram de comprar discos para gravar suas músicas em perfeito som diretamente do rádio, em fitas cassete, o que mexeu com o mercado fonográfico.

A Cidade conforme foi ganhando popularidade, transformou seus locutores em verdadeiras estrelas. As mensagens de fim de ano da Rádio Cidade – natal e ano-novo – eram entoadas pelo público em eventos comemorativos da rádio, que também lançava discos com os principais sucessos e também com as músicas institucionais criadas. Duas particularmente fizeram muito sucesso. Um tema de natal fazia uma paródia com a música “Rappers delight”, da banda norte-americana Sugar Hill Gang. Contava com a participação dos locutores trazendo mensagens de fim de ano em um tom divertido. Outro tema, baseado nos acordes do Trem Caipira de Villa-Lobos, emocionou muita gente. Todos estão disponíveis no Youtube<sup>11</sup>, postado por órfãos da Cidade. E faz muita gente chorar quando é tocada em festas e casamentos onde a maioria das pessoas viveu a geração FM (1980’s).

A Cidade também pode ser considerada uma das principais difusoras da *disco music*, movimento musical que surgia na segunda metade da década de 70. O programa “Cidade Disco Club”, transmitido aos sábados às 22h, trazia os sucessos do momento e lançamentos internacionais para o público carioca. Foi um marco. As vinhetas iniciais

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=ilwQ5epuSaI>> Acesso em: 24 de novembro de 2012.

da rádio<sup>12</sup>, sempre em ritmos dançantes ou da própria disco music, também caracterizavam a Cidade. Uma até tinha os acordes de “September”, um grande sucesso da disco music do grupo Earth, Wind and Fire que também foi tema do filme “Os Intocáveis”, um grande sucesso.

Uma reportagem da revista *Veja*, de 27 de junho de 1984, com o título “A Revolução das FMs – Com música e humor, abre-se uma nova era do Rádio”<sup>13</sup>, mostra a dimensão do sucesso do FM provocado pelo fenômeno Rádio Cidade. Ela cita o aniversário de sete anos da Cidade, uma festa feita no Maracanãzinho com mais de 20 mil pessoas. “Tanto quanto para ver a Blitz, Lulu Santos ou Erasmo Carlos, o público que lotou o ginásio, na festa da Cidade, estava ali para observar, os seus locutores.”

A Jovem Pan 2, uma das maiores rádios FM do Brasil atualmente, “nasceu de novo” em 1980 após a explosão da Cidade, deixando o vitrolão com locução padrão para uma rádio de formato jovem com músicas animadas, vinhetas especialmente produzidas. Emílio Surita, atual apresentador do Pânico na TV, da Band, ganhou fama como locutor jovem da Jovem Pan 2 na década de 80.<sup>14</sup>

### **3.4 - RÁDIO FLUMINENSE FM 94,9MHZ – A MALDITA**

Em meio à onda de sucesso da Rádio Cidade, surgia em 1982 do outro lado da ponte Rio-Niterói, uma rádio de formato diferente: locutoras femininas, vinhetas alternativas e programação que fugia do sucesso reverberado pela Cidade e pela 98 FM com rock clássico, MPB alternativa e outras músicas que não tocavam nas outras emissoras: era a Fluminense FM, 94,9Mhz, a Maldita. A Fluminense já existia, mas como uma rádio comum sem pretensões de chegar à liderança do mercado, garantida desde 1977 pela Rádio Cidade. “Transmitia corridas de cavalos e música gravada ininterruptamente nos intervalos, sem locução”. (PRADO, 2012: 356) Mais um vitrolão.

Luiz Antonio Mello, então repórter da rádio JB AM e Samuel Wainer Filho, seu colega, gravaram em agosto de 1981 o protótipo do programa “Rock Alive” para ser veiculado na Fluminense. O programa foi recusado pela direção da rádio que, semanas depois, ofereceu à dupla a direção-geral da rádio. A intenção de Mello, Wainer e parte da turma que compunha o time de realizadores da Fluminense – nomes como Amaury

---

<sup>12</sup> Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=wpDYx0PUPfE> > Acesso em: 24 de novembro de 2012.

<sup>13</sup> Revista *Veja*, Editora Abril. Edição de 27 de junho de 1984.

<sup>14</sup> Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=itpcKchz-Ow> > Acesso em: 24 de novembro de 2012.

Santos, que ajudou na construção da CBN e hoje está na MEC FM, e Sérgio Vasconcellos, apresentador do Fantástico na década de 80 – era criar uma rádio que preenchesse o espaço no dial e na cabeça do ouvinte esvaziado com a morte da Federal AM em meados da década de 70 e da Eldopop, da qual já falamos, em 1978. Uma programação baseada em músicas que não tocavam nas outras rádios, fortemente influenciada pelo rock clássico, progressivo e as novidades que pipocavam lá fora como U2, The Smiths, The Cure, por exemplo. Também havia muita MPB, mas sem o pop “chiclete” tocado em outras rádios, como a Cidade.

A rádio estreou logo após o Carnaval de 1982, mas antes, desde o fim do ano anterior, a Fluminense FM já estava em mudanças. Já sob o domínio de Luiz Antonio Mello e seus colegas com poucas experiências profissionais em rádio, a Fluminense ia modificando sua programação durante o dia, introduzindo o que viria a ser fixo a partir do lançamento comercial da nova rádio. Durante a transmissão, vinhetas anunciavam um número de telefone para avaliar o impacto do novo tipo de música que estava sendo transmitido. A repercussão foi rápida e positiva, mostrando que era aquele caminho que deveria ser seguido: o alternativo.

No livro “A onda Maldita – Como nasceu a Fluminense FM”, do já citado criador da rádio, Luiz Antonio Mello, é possível acompanhar com exatidão como foi surgindo a “Maldita”. Aliás, é importante falar como surgiu o slogan. Mello conta:

Eu, Amaury e Sérgio tínhamos gravado umas 20 ou 30 vinhetas que iam sendo encartuchadas. Entre uma e outra, nos abraçávamos. Chegamos à conclusão de que tínhamos, finalmente, inventado uma rádio ousada, criativa, audaciosa, independente, como os malditos da are, da ciência..Aí, não se sabe por quê, pedimos ao operador que abrisse o microfone e juntos, os três disparamos ‘Fluminense FM, Maldita!’. Absolutamente sem querer. (MELLO, 2012: 69)

Após seu lançamento, a rádio foi conquistando aos poucos o gosto da juventude do Rio de Janeiro. Não só na Zona Sul, mas como em outros pontos da Região Metropolitana. Tocando sempre o que não era sucesso, embora deixasse de lado alguns gênios. MELLO (2012) conta que Michael Jackson não tocava na Maldita, embora fosse, indiscutivelmente, gênio da música.

Outro ponto marcante da Fluminense que fez história foi o lançamento do rock brasileiro. Com a Rádio Cidade, a partir de 1977, artistas não-populares foram descobertos pelo público, embora já estivessem na estrada há algum tempo. Como a proposta da Flu era basicamente de rock, em termos de música nacional, era quase

impossível citar bandas ou cantores de rock nacional além dos Mutantes, de Rita Lee. A Fluminense deu espaço para o novo rock que surgia no Rio de Janeiro, em São Paulo e em Brasília. Sem o intermédio de gravadoras, empresários ou pistolões. As fitinhas cassete com demos de músicas que viriam a se tornar estrondosos sucessos chegavam às mãos dos “mandantes” da Fluminense que simplesmente colocavam no ar. Este ponto de espaço para música nova e brasileira marcou a história da Maldita.

De lá surgiram nomes como Lobão, Blitz, Paralamas do Sucesso, Kid Abelha, Barão Vermelho, entre outras grandes bandas que marcaram o movimento chamado por especialistas como o jornalista Arthur Dapieve como BRock, de rock brasileiro, que tiveram seu início nas ondas malditas da Fluminense FM 94,9.

Para ajudar a divulgar as bandas e os novos ritmos que surgiam no Brasil pós-AI-5, a Fluminense organizava grandes shows em locais de grande aglomeração de jovens como o Circo Voador – tanto no início, no Arpoador, quanto na fase histórica pertinho dos Arcos da Lapa, onde está até hoje.

Herbert Vianna, vocalista dos Paralamas do Sucesso, que estrearam na Fluminense com “Vital e Sua Moto”, trazida nas mãos de Maurício Vallares, membro da Maldita e até hoje fotógrafo oficial do trio (Bi Ribeiro e João Barone), fala da importância dos 94,9mhz para o rock brasileiro.

A Rádio Fluminense FM representou um papel único e revolucionário dentro da música brasileira ao abrir espaço para a música mais-que-independente, que lá chegava, na forma de fitas autoproduzidas e artesanais, sem passar sequer na porta das gravadoras. A comunicação Fluminense/Circo Voador atraía multidões para assistir a até seis grupos novos numa mesma noite. As gravadoras e a mídia é que corria atrás dos músicos, ao contrário do que ocorre normalmente. (MELLO, 2012: 177)

A Fluminense nunca chegou a garantir o primeiro lugar na audiência, até porque não era uma rádio com esse intuito. Era uma emissora que tinha a intenção o de “polemizar”, com música de qualidade sem o formato comercial. Herdar os ouvintes da Federal AM e da Eldopop FM, ir além e lançar novos nomes, tanto na música nacional, como o – tão bom – rock nacional, quanto novas bandas do “estrangeiro”. Permaneceu no dial até 1994, com seu formato um pouco modificado e sem Luiz Antonio Mello, que saiu em 1985. Retornou em 2002, com flashbacks, uma programação parecida com a da também finada Antena 1. Foi arrendada pelo grupo Bandeirantes em 2005, trazendo para o Rio a recém-inaugurada BandNews FM, uma rádio *allnews* em frequência modulada.

Em entrevista para este trabalho, o criador da Maldita, Luiz Antonio Mello, avalia o impacto da Fluminense<sup>15</sup>:

Vejo a Fluminense como a prova concreta de que é possível fazer rádio jovem bem produzido, sem afetações, sem jabá, tocando livremente estilos e tendências musicais banidas pelo chamado "esquemão". A Fluminense abriu um precedente importante, estabelecendo no Brasil, efetivamente, o conceito de rádio livre.

Selma Boiron, a primeira locutora da Fluminense, ressalta a importância da Maldita para a música brasileira e para a locução feminina.<sup>16</sup>

Ela foi a responsável pela introdução da locução feminina jovem no Brasil, além de possibilitar a divulgação do rock brasileiro, o chamado BRock. Sem a Maldita muitos selos não seriam lançados, os shows que lançaram Paralamas, Lobão, Blitz, realizados pela Fluminense no Circo Voador, por exemplo, não teriam acontecido. Uma série de fatores fizeram da Flu uma rádio revolucionária.

---

<sup>15</sup> Luiz Antonio Mello é jornalista e escritor.

<sup>16</sup> Selma Boiron é radialista e locutora.

## 4 - CONSOLIDAÇÃO DO FM

Após a consolidação do sucesso da Rádio Cidade, o rádio FM carioca e brasileiro mostrou-se forte e ganhou muito espaço, não só entre os jovens e a elite, mas também para públicos mais populares e de classes econômicas menos privilegiadas. Rádios FM mais baratos já eram produzidos, emissoras de formato mais popular surgiram na frequência popular, o que aumentou a audiência. O surgimento de novos ritmos musicais na virada da década de 80 para a seguinte, ajudou na maior segmentação das emissoras e na renovação do público. Foram surgindo novas formas de se consumir rádio – em AM ou em FM – como a formação de redes de rádio (auxiliadas pelos satélites), a criação de emissoras com jornalismo 24 horas por dia. Este capítulo vem falar um pouco do rádio carioca e brasileiro após a consolidação do FM na virada dos anos 70 para os anos 80, até os dias atuais.

### *4.1 – O rádio após o fenômeno Cidade*

A partir do sucesso estrondoso da Rádio Cidade e do que a Rádio Fluminense acrescentou também com o surgimento do rock brasileiro, a rádio FM se estabeleceu na década de 80 como um meio de comunicação poderoso e rentável comercialmente. A reportagem da Veja de 1984 que fala sobre a “revolução das FMs”, mostra um pouco desse fenômeno

As FMs são hoje responsáveis por uma ebulição que o mundo da comunicação eletrônica não conhecia desde o surgimento da televisão no Brasil. Das menos de dez emissoras existentes há quinze anos, passou-se hoje para nada menos que 469, das quais 100 nos últimos cinco anos <sup>17,18</sup>.

diz a matéria que conta com o depoimento de grandes empresários de rádio, como Antonio Augusto Amaral de Carvalho, o Tutinha, diretor da Jovem Pan 2 FM de São Paulo, emissora que a partir da reformulação nos moldes da Cidade em 1980, chegou à liderança do mercado FM, alcunha que carrega até hoje. Falando à VEJA, Tutinha ressalta a rentabilidade do FM: “Rádio FM é um ótimo negócio, pois o custo de manutenção é pequeno e o retorno é alto”. <sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Revista Veja, Editora Abril. Edição de 27 de junho de 1984.

<sup>18</sup> Segundo a Anatel, atualmente existem aproximadamente 5100 emissoras de rádio, sendo 3.125 em FM e 1.785 em AM. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do>>. Acesso em: 29 de novembro de 2012.

<sup>19</sup> Revista Veja, Editora Abril. Edição de 27 de junho de 1984.

No Rio de Janeiro, com a consolidação do FM, foram surgindo mais emissoras na frequência, especialmente musicais. A Rádio Antena 1, que nasceu em São Paulo ainda em 1977 desembarcou no Rio ainda em 1981 com uma programação voltada para o público adulto, baseada em flashbacks e algumas poucas musicais nacionais. Chegou a oferecer algum tipo de concorrência à Rádio Cidade, inclusive levando dois de seus locutores, que voltaram aos 102,9mhz algum tempo depois. Durante a década de 80, 90 e 2000, a Antena 1 fez muito sucesso por sua programação de qualidade, sobretudo com o público classe A, na faixa de 30 e 40 anos. Saiu do ar em 2009, após arrendamento dos Diários Associados, na manobra que trouxe a Super Rádio Tupi do AM para o FM, empurrando a Nativa para os 103,7MHz.

O Sistema Globo de Rádio mantinha duas frequências em FM na década de 80: a Globo FM, em 92,5MHz, e a 98 FM, que substituiu a Eldopop em 1978 na faixa de 98,1mhz. A Globo seguia a linha da Antena 1 com uma programação mais sólida, locutores menos extrovertidos, também focado no público mais elitizado. Manteve esta proposta até sua saída em 2005, com a chegada da Rádio CBN, da qual falaremos mais tarde, também pertencente ao SGR, na frequência modulada. A 98, de proposta mais popular, disputava com a Rádio Cidade o primeiro lugar no FM desde o começo da década de 80. A programação era baseada nos sucessos do momento e acompanhou a “mesclagem” do gosto do brasileiro comum, tocando os pops internacionais e também os novos ritmos brasileiros como a lambada, o axé e o pagode dos anos 90. Marcou época com o seu programa “Good Times”, que tocava flashbacks românticos, fazia tradução de músicas e divulgava cartas de pessoas que buscavam encontrar um relacionamento. A partir do final da década de 80, abocanhou a liderança do mercado só perdendo o primeiro lugar no FM com o fenômeno FM O Dia, já na década de 2000.

Outras rádios também surgiram no “pós-Rádio Cidade”, como a Manchete – que chegou ao primeiro lugar também por algum tempo - do grupo Bloch e a Transamérica. Esta, nasceu em 1973, no Recife, em Pernambuco e chegou no Rio em meados da década de 80 com um formato bastante semelhante à da Cidade e marcou época por suas apresentações ao vivo no programa “Chá das 5”, onde um artista ou uma banda tocavam ao vivo na rádio de frequência 101,7MHz. Os shows de Cazuza, Legião Urbana e RPM fizeram história e também podem ser encontrados no Youtube.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=9KGcCW82whc>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

Como podemos ver, o rádio FM no Brasil e, mais especificamente, no Rio de Janeiro, iniciou um processo de segmentação após a consolidação da frequência no mercado.

#### ***4.2 - O Rádio Em Rede***

O rádio AM começou a se expandir em programações unificadas ainda na década de 70. Antes houve alguns experimentos, mas sem impacto comercial. Uma das primeiras emissoras a utilizar a programação em rede foi a Jovem Pan AM de São Paulo, com o Jornal de Integração Nacional, em 1970. Em 1982, tivemos a primeira transmissão de rádio via satélite: a Bandeirantes AM de São Paulo transmitiu para 25 emissoras seu jornalístico matutino, Primeira Hora, segundo JUNG (2004). A Embratel lançou o satélite RádioSat que trouxe a possibilidade da formação das cadeias em rede também no FM, com a criação dos conceitos de cabeça de rede e afiliada, como na televisão, onde a programação em rede por meio de satélites começou ainda na década de 70.

A partir dessa novidade técnica, os grandes grupos de rádio em FM passaram a transmitir sua programação para todo o Brasil formando as redes. Muitas somaram o prefixo “Sat” em seu nome. As rádios FM passaram a transmitir em rede, unindo a cabeça de rede, geralmente em São Paulo ou no Rio de Janeiro, às afiliadas, em outras capitais brasileiras ou no promissor interior do Brasil, que seguia o crescimento das FMs. A pioneira foi a Transamérica paulistana, em 1990 que passou a gerar conteúdo para diversas praças, menos para o Rio de Janeiro, que só se uniu à rede de São Paulo no final dos anos 90. Outras rádios FM foram utilizando do satélite como a Jovem Pan, a Bandeirantes e também outras em AM como a Itatiaia de Minas Gerais e a Gaúcha no Rio Grande do Sul.

#### ***4.3 - O Rádio All News***

Jornalismo e rádio sempre combinaram, desde as notícias retiradas dos jornais impressos e comentadas por Roquette-Pinto em sua rádio Sociedade na década de 20, até o “em vinte minutos tudo pode mudar”, slogan da BandNews FM, uma das rádios cem por cento jornalísticas do dial brasileiro hoje em dia. Não podemos esquecer, é claro, dos primeiros radiojornais, como os já citados Repórter Esso, Grande Jornal Falado Tupi e dos que também fizeram história décadas depois como o Jornal da Manhã, da Jovem Pan paulistana, o Primeira Hora, da Bandeirantes, também de São

Paulo e os noticiosos “de hora em hora” das grandes rádios cariocas, Sentinelas da Tupi e O Globo no Ar.

As primeiras rádios focadas em jornalismo – mesmo que suas programações não fossem totalmente destinadas à transmissão de notícias – surgiram na década de 50 com a saída de muitas atrações das ondas radiofônicas para a televisão, quando muitas emissoras começaram a se segmentar, em busca de públicos específicos. Segundo JUNG (2004), uma das primeiras foi a Bandeirantes de São Paulo, que inovou ao transmitir 24 horas por dia, sete dias na semana, uma programação pautada pelo jornalismo e pela prestação de serviços. O formato era o de passar notícias e outras informações a cada vinte minutos, baseado no modelo argentino de rádio. A Guaíba, do Rio Grande do Sul, também se especializou neste formato.

No Rio de Janeiro, a JB AM mantinha o jornalismo como um de seus carros-chefe, sempre com o respaldo da credibilidade e do status do grupo Jornal do Brasil, um dos maiores conglomerados de comunicação até a década de 1990. A Rádio Globo seguiu nesse formato, também com o apoio do grupo liderado por Roberto Marinho, transmitindo, além do Repórter Esso (a última edição do Esso no rádio foi transmitida pela Globo, na voz chorosa de Roberto Figueiredo, em 31 de dezembro de 1968<sup>21</sup>), “O Globo no Ar”, de hora em hora, e “O seu Redator Chefe”, que saiu do ar em meados da década de 2000 após (mais) uma reestilização dentro do Sistema Globo de Rádio, o SGR.

Na década de 60, a rádio Panamericana S/A vinha amargurando péssimos resultados na audiência, quando o empresário Antonio Augusto Amaral de Carvalho, o Tuta, saiu da direção da TV Record e reassumia a Panamericana, mudando seu nome para Jovem Pan. Álvaro Alves de Faria no livro “Jovem Pan: A voz do Rádio” conta que a reformulação da rádio inicialmente focou na transmissão de partidas de futebol e outros esportes. Posteriormente, no começo da década de 70, a Jovem Pan AM especializou-se em jornalismo e prestação de serviços, tornando-se referência com os jornais “Equipe Sete e Trinta”, “Jornal da Integração Nacional” – o primeiro em rede – e “Jornal da Manhã”, este uma das maiores audiências do rádio nacional até hoje, transmitindo nas centenas de afiliadas (AM e FM) da Pan em todo o Brasil.

---

<sup>21</sup> Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=cIgSWgWH2kg>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

### 4.3.1 - CBN, a rádio que toca notícia

José Roberto Marinho, filho de Roberto Marinho, assumiu um cargo de gerência dentro do Sistema Globo de Rádio em meados da década de 80, inicialmente na parte das FMs musicais e das promoções. Participou inclusive da saída de Luiz Antonio Mello da Fluminense FM, trazendo-o para a Globo FM do Rio para reformulá-la. No livro “CBN: a rádio que toca notícia”, de Giovanni Faria e Mariza Tavares José Roberto conta que após viagens para o exterior para conhecer outras emissoras de rádio decidiu criar uma emissora puramente jornalística, no formato *allnews* já conhecido lá fora como nas rádios ABC e CBS, além do canal televisivo CNN. O formato da programação era variado, mesclando conteúdo nacional, gerado por uma cabeça de rede em São Paulo, e informação regional, de prestação de serviços, a ser produzida pelas “praças” e voltada para o público local.

Nascia, portanto, em 1º de outubro de 1991, a Central Brasileira de Notícias, a rádio CBN, operando inicialmente em AM no Rio de Janeiro e em São Paulo. José Roberto Marinho resalta as dificuldades dos primeiros dias:

No começo, ainda havia um volume grande de repetições de entrevistas – na primeira semana, a CBN tocava até música. Ainda estávamos na fase dos ajustes... Mas logo depois da estréia, foi alta a receptividade dos formadores de opinião, por ser uma rádio arejada, que dava voz para todo mundo, bem dentro da orientação jornalística. (TAVARES e FARIA, 2006: 17)

A CBN inovou ao levar para o FM em 1995 em São Paulo – só chegou ao FM carioca em 2005, substituindo a Globo FM em 92,5mhz, o jornalismo 24 horas. Até então, o dial em frequência modulada era completamente musical, jovem ou de entretenimento. Hoje, a CBN é uma das rádios mais importantes do Brasil, com credibilidade inquestionável, principalmente por seus âncoras e comentaristas, nomes importantes do jornalismo como Arnaldo Jabor, Miriam Leitão, Carlos Alberto Sardenberg e Milton Jung, por exemplo.

A programação permanece a mesma do lançamento, mesclando minutos de transmissão em rede – ligada ou em São Paulo ou no Rio – e notícias da cidade. Segundo o site da emissora são quatro emissoras próprias (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília) e 26 afiliadas, espalhadas pelo país, segundo seu site.<sup>22</sup>

Com a entrada da CBN, a Rádio Globo diminuiu um pouco o jornalismo de sua programação, embora ainda seja referência em agilidade na informação e na prestação de serviços.

---

<sup>22</sup> Disponível em: <[WWW.radiocbn.com.br](http://WWW.radiocbn.com.br)>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

#### **4.3.2 - BandNews FM, em 20 minutos, tudo pode mudar**

O Grupo Bandeirantes de Comunicação, desde a sua criação ainda na década de 30, sempre foi referência em jornalismo e credibilidade. Quando as Organizações Globo lançaram em 1996, a GloboNews, o primeiro canal de televisão pago com programação 100% jornalística, o formato *allnews* estava restrito no Brasil apenas à rádio CBN, do mesmo grupo. Provado o sucesso da Globonews, cinco anos depois, o grupo Band lançou a Bandnews TV, de formato semelhante ao da opção criada por Alice-Maria, então diretora de jornalismo da Rede Globo, mas um pouco diferente. Na Bandnews a notícia seria atualizada de 15 em 15 minutos, sempre no formato telejornalístico com conteúdo produzido pelo Grupo Bandeirantes. A Globonews, por exemplo, optou por programas especiais de discussão, como o Espaço Aberto e o Sem Fronteiras, além da reexibição dos telejornais da TV Globo, como o Bom Dia Brasil e o Jornal da Globo, além dos telejornais de hora em hora. Mas por que estamos falando de televisão, ainda mais a cabo, em um trabalho sobre rádio?

Surfando no sucesso da CBN e da Bandnews TV, cada um em seu veículo de comunicação, o grupo Bandeirantes decidiu lançar uma rádio FM nos formatos da Bandnews TV para concorrer com a CBN. Em 2006, portanto, estava no ar a Bandnews FM, que chegou ao Rio ocupando a frequência 94,9Mhz, espaço arrendado junto ao Grupo Fluminense, de Niterói.

A programação é composta por jornais exibidos e atualizados a cada vinte minutos, como o próprio slogan da rede diz. Hoje são dez emissoras próprias (São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Curitiba, Porto Alegre, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Campinas e Ribeirão Preto, no interior de São Paulo) transmitindo programação de rede e inserções locais, sempre dentro dos 15 minutos. Além dos jornais, há espaço para comentaristas e quadros fixos, com destaque para a crônica do jornalista José Simão, “Buemba buemba”, transmitida ao vivo durante a programação matutina.

Desde 2012, a BandNews transmite jogos de futebol narrados ao vivo, disputando também com a CBN que, desde seu lançamento, também contava com uma equipe de esporte com repórteres, produtores e locutores, como Oscar Ulisses.

#### **4.4 - Novos Ritmos Segmentando O Rádio Fm**

Após a criação do formato da rádio FM com a Rádio Cidade no final da década de 70, seu estabelecimento como referência brasileira em transmissão em frequência

modulada, além da revolução que foi a Fluminense FM trazendo música alternativa de qualidade, sendo uma opção ao “sucesso”, sem contar no lançamento do rock brasileiro, o rádio FM brasileiro e, especialmente, o carioca, parou no tempo em fins da década de 80 e começo da seguinte.

Como rádio sempre foi um meio muito ligado à música, de uma maneira geral, podemos criar uma ligação entre a “inércia” radiofônica deste período e a falta de renovação na música popular brasileira. Enquanto o dial carioca (e brasileiro) ainda repercutia o formato da Cidade, sem a originalidade ou impacto da mesma, o ouvinte ia amadurecendo sem se conectar com a emissora. O rádio foi perdendo o ritmo.

O surgimento de novos ritmos musicais brasileiros, como a lambada, o funk, o pagode e o axé ajudaram na renovação do público do rádio. Não queremos julgar a qualidade destes ritmos ou o gosto de quem os ouve, mas temos que lembrar que a entrada deles na programação de muitas rádios deu um gás no dial, até conseguiu segmentá-lo.

A Tropical FM, que em meados da década de 80 especializou no novo samba de raiz que surgia no Rio de Janeiro, lançando nomes como Almir Guineto e Zeca Pagodinho no mercado, entrou na década seguinte divulgando o novo pagode, muitos deles que vinham de São Paulo, como Katinguelê ou Raça Negra, além de ter um espaço dedicado ao funk, que na época era inocente, com letras melódicas e muita influência do Miami Bass norte-americano.

A Imprensa FM focou no funk<sup>23</sup>, gênero marginalizado até pouco tempo atrás não só no Rio de Janeiro, como no Brasil. As equipes especializadas como Furacão 2000, Pípos, Cash Box, ZZ Club, entre outras, tinham espaço reservado na programação da emissora. Se procurarmos em fóruns e comunidades na internet, vemos que a repercussão era grande e que a rádio deixou saudade.

O axé *music* baiano, que começou ainda nos anos 80 com Luis Caldas, Chiclete com Banana, que explodiu em 1990 com Daniela Mercury e que se fixou anos depois com cantores e bandas como Ivete Sangalo e a Banda Eva, Cheiro de Amor, É o Tchan, Companhia do Pagode, Asa de Águia, Netinho, Araketu e outros chegaram com força nas rádios FM do Rio e do Brasil. A 98 FM, líder de audiência desde o final da década de 80, abriram espaço para este novo segmento, que foi uma coqueluche nacional.

---

<sup>23</sup> Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=X646-sV2yLM>>. Acesso em 25 de novembro de 2012.

É importante ressaltar que ainda na década de 80, a força das gravadoras perante as rádios já era consideravelmente forte e que o “jabá” (verba que as gravadoras pagam às emissoras para que um determinado disco ou certo cantor toque com frequência), já era uma prática comum. Nos anos 90, então, tornou-se quase regra.

## 5 - PANORAMA ATUAL NO BRASIL E NO RIO

O que se viu no dial brasileiro e carioca desde a virada do milênio foi a consolidação do FM dentro do segmento rádio, em detrimento do AM, cada vez mais visto como um modelo datado e obsoleto de se fazer rádio, ainda mais depois do lançamento de tocadores de música portáteis com qualidade de som muitíssimo satisfatória. O AM e seu som “ruidoso”, “distante”, não deteve a força do FM.

Falando das emissoras, de um modo geral, viu-se o domínio absoluto daquelas de formato mais popular, com sucessos nacionais e internacionais, focado em um público mais amplo, menos elitizado. Em São Paulo, a Jovem Pan 2 FM, líder de audiência desde sua reformulação “à la Cidade”, em 1980, perdeu o primeiro lugar para a Tupi FM, uma emissora mais eclética, que toca forró (importante para uma cidade com milhares de nordestinos que vieram para a metrópole em busca de emprego), pagode e axé music.

No Rio de Janeiro, com o surgimento da FM O Dia, também de caráter popular, mesclando sucessos internacionais com música brasileira pop, o predomínio da 98 FM viu-se ameaçado, até 2002, segundo PRADO (2012) quando a FM O Dia assumiu a liderança geral das FMs, posto que mantém até hoje. Outras emissoras foram surgindo ao longo dos anos compondo o cenário que temos atualmente.

No segmento mais elitizado, em termos musicais, no Rio de Janeiro, temos a MPB FM, focada na música brasileira, a JB FM, tradicional rádio do Rio, líder do segmento há muitos anos e a Paradiso, atualmente sob a alcunha da Sulamerica Seguros (processo que falaremos daqui a pouco). JB e Paradiso baseiam suas programações em flashbacks dos anos 70, 80, 90 e 2000, com músicas novas mais *soft* (EX: Adele, Beyoncé) e MPB de todas as épocas. Desde o fim da Antena 1, que deu lugar, nos 103,7Mhz, à popular Nativa, JB e Paradiso deram uma “envelhecida” nas suas programações para atrair o órfão da Antena 1, caracterizada por flashbacks românticos de todas as épocas e também dos anos 60.

Entre as rádios focadas no público jovem temos a Transamérica, a Mix FM e a Jovem Pan, as três com programação pautada pelas respectivas matrizes em São Paulo. Tocam sucessos internacionais especialmente pop e também pitadas de hiphop, dance, poprock, além de poucas músicas brasileiras, somente as de mais sucesso no momento. Dando exemplos, a Jovem Pan do Rio toca de música brasileira bandas como Charlie Brown Jr, Jota Quest, Seu Jorge, Pitty e exceções à regra como o cantor de funk, Naldo.

Entre as populares, de programação mais eclética, temos a FM O Dia, a Beat 98 (ex-98 FM) e a Nativa. Esta última tem caráter ainda mais popular, por tocar sucessos sertanejos (os “calmos” e os universitários) e forró nordestino, além de sucessos nacionais e internacionais. Há também na Nativa programas de flashback e de música romântica, seguindo a linha do “Goodtimes”, clássico programa da 98 FM nas décadas de 80, 90 e 2000, que saiu da programação com a reformulação “Beat”, em 2010.

Beat e FM O Dia, que disputam a liderança, tocam essencialmente sucessos: seja pagode, seja sertanejo universitário, seja pop internacional. Também dedicam uma parte de sua programação ao funk, em horários específicos.

Entre as outras grandes rádios presentes no dial FM carioca, temos as *allnews* CBN e Bandnews e as clássicas Rádio Globo e Super Rádio Tupi, “recém-duplicadas” do AM. Existem também as de cunho religioso, como a Catedral ou a Melodia, a de música clássica (MEC) e outras menores.

### **5.1 - Rádiomarketing**

Como uma forma de aprimoramento das relações entre as emissoras e os ouvintes, por meio de customização e de relação com marcas e grandes empresas, algumas rádios começaram a se “transformar” em meados dos anos 2000 com o processo chamado “*naming-right*”, utilizado em estádios e arenas. É o caso da já citada Paradiso FM que, a partir de 2009, chama-se SulAmérica Paradiso. Apesar da mudança no nome, a programação da rádio – voltada para o público adulto, classes A/B – não foi alterada, exceto a entrada de inserções comerciais divulgando os produtos do grupo SulAmérica, como os seguros de carro, vida e casa.

Podemos citar ainda como exemplo a Oi FM, rede de rádio que surgiu a partir da parceria da operadora de telefone e do grupo Bel, de Minas Gerais. No Rio de Janeiro, chegou em 2006, na frequência de 102,9mhz, substituindo a antiga Rádio Cidade. A programação era bastante específica, com programas voltados à *surf music*, com boletins mostrando as condições das praias cariocas, músicas mais “cults”, com uma proposta diferente do que se via no dial carioca até o momento. Ficou no ar até a virada de 2011 para 2012, quando a parceria com a Oi chegou ao fim e a rádio voltou para a internet. No dial, surgiu a “Rádio Verão FM”, basicamente com a mesma programação musical, mas que ficou no ar somente por alguns meses. No Rio, deu lugar para a volta da Jovem Pan 2 de São Paulo.

Em São Paulo, o processo se viu um pouco maior. Surgiram rádios como a Mitsubishi FM, voltada ao público consumidor de carros da marca japonesa, com músicas mais ligadas ao mundo “aventureiro” e *rock and roll*, a Disney FM com foco no público-alvo *teen*, e a SulAmérica Trânsito, que inovou ao ser uma emissora cujo foco é informar as condições do – complicado – trânsito da capital paulista, com boletins atualizados das vias engarrafadas, rotas alternativas e prestação de serviço. Pertence ao Grupo Bandeirantes de Comunicação.

Outra proposta que surgiu nos últimos anos é a de emissoras voltadas completamente ao jornalismo esportivo e às transmissões de eventos do gênero. Quem inaugurou o estilo foi a rádio Estadão ESPN, uma parceria do Grupo Estado – que controla o jornal O Estado de São Paulo e a rádio Eldorado – com a Walt Disney Company, que controla o canal televisivo ESPN, presente no Brasil desde meados da década de 90 em redes de televisão pagas. Segundo PRADO (2012), a intenção da rádio, presente na capital paulista e no interior do estado, é mesclar o jornalismo, especialidade do Estadão, com o esporte, característica dos canais ESPN, sobretudo com a cobertura dos times de futebol paulistas. Entretanto, a parceria Estadão/Disney irá se findar até o fim do ano, por decisão dos grupos, transformando as rádios em emissoras completamente jornalísticas<sup>24</sup>.

No Rio de Janeiro, o surgimento do canal de televisão pago Fox Sports e da Bradesco Esportes FM mexeu com as estruturas do jornalismo esportivo carioca. Muita gente optou por “arriscar” e sair de veículos tradicionais, como é o caso do jornalista José Ilan, que após mais de 15 anos na Rede Globo, partiu para a Fox. Não podemos esquecer da reviravolta no rádio carioca com a saída de José Carlos Araújo da Rádio Globo para, inicialmente, a Bradesco Esportes FM, que opera – com má qualidade, é bom ressaltar – em 91,1mhz. Zé Carlos, mais conhecido como Garotinho, é um dos maiores locutores esportivos do Brasil e fez história na Rádio Globo nos anos 70 com seu jeito jovem e descontraído de narrar as partidas no rádio. Em 1977, protagonizou uma reviravolta no rádio carioca ao sair da Globo e ir para a Nacional do Rio, onde rejuvenesceu os ouvintes de futebol no rádio. Em 1984, após um conturbado episódio, que teve um discurso de “fui traído” de Jorge Cury na Rádio Globo, falando sobre sua demissão, Garotinho voltou para a Globo como conta o jornalista Rodrigo Taves na

---

<sup>24</sup> Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2012/10/31/Fim-de-jogo-para-radio-Estadao-ESPN.html>>. Acesso em: 26 de novembro de 2012.

biografia de Garotinho, “Paixão pelo rádio”. No SGR ficou até julho de 2012, quando deixou os microfones que o imortalizaram para abraçar um projeto novo, a Bradesco Esportes FM. Com ele, foram também o comentarista Gérson, o canhotinha de ouro da Copa de 1970 e os repórteres Gilson Ricardo e Jorge Eduardo.

Até a finalização deste trabalho de conclusão, a Bradesco Esportes, que foi inaugurada em maio de 2012 em São Paulo, não havia deslanchado na audiência. O sinal não é captado em alguns pontos da região metropolitana, o que prejudica demais a qualidade do que vai ao ar, basicamente cobertura de esportes em geral e transmissões de eventos. Garotinho, assim que saiu da Globo, começou a trabalhar na BandNews Fluminense FM, transmitindo as partidas de futebol e fazendo um programa esportivo nos fins de tarde como o que sempre fez na Rádio Globo das 17 às 19h, o Globo Esportivo.

Para falar de quem substituiu Garotinho na Rádio Globo, passaremos para o próximo tópico.

### ***5.2 - Am no Fm: Globo Versus Tupi.***

Após a decadência da Nacional no Rio de Janeiro ao longo das décadas de 60 e 70, duas rádios se estabilizaram no Rio como as maiores audiências dentro do dial das rádios AM: Globo e Super Rádio Tupi. Com uma programação bastante popular e pautada também pelo jornalismo, prestação de serviços, esportes e entretenimento, as duas emissoras sempre travaram uma batalha pelo ouvinte carioca.

A Globo, por contar com o respaldo do poderoso SGR das Organizações Globo, sempre contou com uma estrutura técnica mais preparada, além de ser uma emissora com milhares de afiliadas em todo o Brasil. Aliás, por falar em Brasil, a Rádio Globo, embora sempre tivesse uma identificação com o ouvinte carioca, passou por uma transformação nos anos 90 para que sua programação se tornasse única, transmitida em rede: era o projeto Globo Brasil, que, inclusive, mexeu um pouco com a plástica da rádio (vinhetas, efeitos sonoros e programação).

Já a Tupi, embora tivesse também uma programação em rede, ainda que bem menor, focou no público carioca, estabelecendo-se como uma emissora feita no Rio de Janeiro para o ouvinte fluminense. Ao longo dos anos, o absoluto primeiro lugar da audiência da Rádio Globo – ameaçado em alguns horários pela Tupi, como, por exemplo, nos programas Patrulha da Cidade e Show do Pedro Augusto, maciçamente populares – foi perdendo força para a rival que, como falamos no início do trabalho,

nasceu em 1935 nas mãos de Guglielmo Marconi dentro dos famosos e temidos Diários Associados de Assis Chateaubriand.

A programação de rede da Rádio Globo, que contava com muitos programas feitos e transmitidos de sua emissora em São Paulo, começou a ficar desgastada com o “bairrista” ouvinte carioca que acabou sendo seduzido pela Tupi.

Em paralelo à disputa interna entre Globo e Tupi, a decadência do rádio AM e a popularização da frequência modulada que, aos poucos, ia tirando ouvintes das emissoras AM, mexia com a estrutura do meio rádio. Em 2009, mais precisamente em 1º de junho de 2009, a Super Rádio Tupi iniciava sua transmissão em FM, na frequência de 96,5mhz, o que obrigou a Nativa a entrar em 103,7Mhz, dando fim à Antena 1. A programação da Tupi em nada foi alterada após a chegada ao FM, apenas algumas mudanças em vinhetas, alterando os prefixos, e a remasterização de alguns áudios, vista a qualidade superior do som da frequência modulada.

Como uma das próprias vinhetas da Tupi diz, a partir da chegada ao FM, a rádio pode ser ouvida em todos os “rádios”: carro, celular, internet (site), rádio normal, além dos *smartphones* e *tablets* com o lançamento do aplicativo virtual em 2011. Mas a Globo se mexeu.

Poucos meses depois, chegou ao FM na frequência de 89,3mhz, também sem mudar sua programação, apenas modificando a plástica para deixá-la mais limpa para o FM. A briga a partir de então é boa, embora a Tupi já tenha se estabelecido como líder na maioria dos horários avaliados pelo Ibope (veremos os números em breve), ainda mais durante as jornadas esportivas.

Voltando ao esporte, o departamento de esportes da Tupi, comandado desde meados da década de 2000 pelo narrador Luiz Penido, o Garotão da Galera, em clara alusão ao Garotinho, José Carlos Araújo, apostou, mais uma vez, no conteúdo carioca, focado na cobertura de Flamengo, Vasco, Botafogo e Fluminense. Penido, que começou na Globo na década de 70, se diz um fã de Zé Carlos, apesar de serem concorrentes que durante os anos 2000 no AM e, a partir de 2009, no FM. A emissora da Rua do Livramento conseguiu, após muito esforço, conquistar a liderança do AM e, frente à Globo, também está na frente no FM<sup>25</sup>. Mas e a saída de Garotinho da Rua do Russell, sede do SGR?

---

<sup>25</sup> Disponível em: <<http://tudoradio.com/noticias/ver/8275-audiencia-rj-93-fm-e-super-radio-tupi-crescem-no-rio-de-janeiro>>. Acesso em: 25 de novembro de 2012.

Pois bem. Assim que as primeiras notícias da saída de Garotinho começaram a circular pela internet – a primeira nota saiu na coluna de Ancelmo Góis, no jornal *O Globo*<sup>26</sup> -, muitos boatos sobre o substituto de Zé Carlos brotaram. Mas, ninguém suspeitava que Luiz Penido, finalmente na liderança do segmento, sairia da Tupi para substituir Garotinho na Globo. E foi o que aconteceu. Mesmo com a proposta de salário da Globo coberta pela direção da Super Rádio Tupi, Penido deixou a emissora onde era chefe de departamento e principal locutor para chegar à Globo, que desde 2009, vive muitas transformações. No dia 13 de maio, a histórica passagem de Garotinho para Penido, transmitida ao vivo pela Globo no AM, no FM e na internet (com vídeo<sup>27</sup>), mostrava um José Carlos Araújo frio, um pouco distante (quem sabe pela emoção do momento) e um Penido alegre, animado e cheio de empolgação.

Com a saída de Penido da Tupi, muito se especulou sobre quem assumiria o posto de locutor número 1 da rádio, além da chefia de departamento. A solução encontrada pelos diretores da rádio (Ricardo Henrique, filho do diretor-geral Alfredo Raymundo) foi promover Jota Santiago (“E-MO-CIO-NAAANDO o torcedor brasileiro..”), antes segundo locutor e tratar diretamente das decisões pertencentes ao Esporte da Tupi, que conta com a supervisão de Paulo Júnior. Jota Santiago, durante a partida que marcou a volta de Penido à Globo, gritava pelos microfones da Tupi “agora eu sou o número um, não sei se para sempre, mas sou o número um”. Washington Rodrigues, o Apolinho, que fez história com José Carlos Araújo na Rádio Globo e que desde o fim da década de 90 está na Tupi, ficou na rua do Livramento e ainda é o comentarista-titular da rádio, seguido por Jorge Nunes, Eugênio Leal e Rubem Leão. Odilon Júnior, locutor-revelação da Tupi, assumiu a vice-titularidade da Tupi. Wagner Menezes, comunicador do Giro Esportivo, programa que disputa com o Panorama Esportivo da Globo a audiência de domingo a sexta de 22 às 00h, permanece como principal âncora da Tupi.

Na Globo, com a saída de Gilson Ricardo e Gérson Canhotinha de Ouro dos postos de âncora de jornada e comentarista principal, respectivamente, a direção da rádio optou por deixar o time de narradores com Penido, Edson Mauro (“Marque oooo tempooooo!”) e Fernando Bonnan. Na parte de comentaristas, chegaram Valdír Espinosa, ex-técnico de futebol, e Renato Maurício Prado, jornalista, e na ancoragem,

---

<sup>26</sup> Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/posts/2012/04/26/a-coluna-de-hoje-442068.asp>>. Acesso em 25 de novembro de 2012.

<sup>27</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=oaQl3pO9-Uc>>. Acesso em: 25 de novembro de 2012.

Eraldo Leite, outro nome tradicional do jornalismo esportivo carioca, permaneceu à frente das jornadas esportivas da Globo, além de Zeca Marques, que assumiu a vaga de Gilson Ricardo na apresentação do Panorama Esportivo que, um pouco depois da chegada de Luiz Penido, teve seu formato modificado por Gilmar Ferreira, diretor de esportes da Rádio Globo, e passou a ser exibido apenas para o Rio de Janeiro, com foco nos quatro grandes do Estado e poucas informações do resto do país, uma forma para disputar com o Giro da Tupi, que sempre focou no ouvinte carioca.

A disputa no FM durante as transmissões esportivas, especialmente as futebolísticas, ficou bastante acirrada em 2012. A Transamérica, que transmitia jogos de futebol desde meados da década de 2000 com uma linguagem bastante informal e com repórteres que faziam mais piadas do que cobriam os jogos, deu uma reformulada em seu elenco de locutores e repórteres esportivos. Além, é claro, das já citadas Bradesco Esportes FM, BandNews Fluminense FM e CBN. Esta última tem um formato mais voltado ao público adulto, sem as “brincadeiras”, as vinhetas e os efeitos sonoros das jornadas de Tupi e Globo. O locutor principal é Evaldo José (“que lindoooooooo”) e o time de comentaristas e âncoras é formado por Álvaro Oliveira Filho, Carlos Eduardo Éboli e Francisco Aiello (no Rio de Janeiro).

Hoje, em termos de estrutura, funcionários e produção de programação, Globo e Tupi são as maiores rádios FM do Rio de Janeiro, embora seu formato não seja propriamente voltado para a frequência modulada. Muitas pessoas ainda escutam as duas rádios em AM. Na parte da manhã, a Globo transmite o clássico “Show do Antonio Carlos”, há quase três décadas no horário de 06 às 09h. Sempre foi líder de audiência no horário, mas de alguns anos pra cá vem lutando pelo ouvinte que acorda e vai para o trabalho/escola com o “Show do Clóvis Monteiro”, da Tupi. O programa de Antonio Carlos, transmitido para todo o Brasil, conta com participação de comunicadores em São Paulo e em Belo Horizonte e conta com um formato bastante conhecido do ouvinte, ou seja, não há renovação no programa. Na Tupi, o show de Clóvis Monteiro conta com a participação ao vivo dos comunicadores Jorge Nunes e Maurício Menezes, o que dá um certo dinamismo à atração. Em seguida, a Globo, de 09 às 10h, transmite as orações do Padre Marcelo Rossi, um absoluto sucesso na audiência. A partir das 10h, a Tupi, retoma aos poucos a audiência com Francisco Barbosa que investe em jornalismo, pesquisas populares, prestação de serviço e um debate com personalidades em geral das 11 ao meio-dia, em formato criado pelo saudoso comunicador Haroldo de Andrade na Rádio Globo. A Globo, enquanto isso, transmite o

“Show da Manhã”, com Roberto Canázio até as 13h com formato semelhante ao programa de Francisco Barbosa.

A partir de meio-dia, na Tupi, entra no ar a “Patrulha da Cidade”, programa líder de audiência desde 1960. Basicamente mesclando radiojornalismo e radioteatro, a Patrulha, comandada por Coelho Lima, “mostra a cara feia da violência”, como o próprio comunicador diz, trazendo notícias sobre casos violentos, curiosos, além da participação do jornalismo “tradicional” da Super Rádio Tupi. Logo após, a Tupi apresenta o “Show do Pedro Augusto”, outro sucesso da rádio associada, onde o comunicador cujo nome dá título ao programa apresenta na primeira hora (das 13 às 14h) notícias e casos engraçados, geralmente com alguma conotação violenta ou sexual – ou as duas. Na segunda hora, por incrível que pareça, Pedro Augusto, que é deputado estadual, promove orações e cantos religiosos, promovendo-se como “Romeiro de Aparecida”. É sucesso. A Globo, no mesmo horário, traz ao ar o “Boa Tarde Globo”, um programa de prestação de serviços com uma pitada de humor, apresentado por Alexandre Ferreira.

Às 15 horas, a Tupi apresenta o “Show do Heleno Rotay”, uma atração que mescla humor – com a participação do humorista Marcos Veras interpretando um retirante nordestino, o “Toinho”, com jornalismo, exposição de dramas pessoais e algumas músicas. A Globo, por sua vez, investe no público jovem, com o “Vale-tudo na Globo”, com o comunicador Tino Júnior e sua linguagem informal. Também mescla músicas, interação com ouvintes, pesquisas populares e jornalismo. A Tupi também ganha.

Em seguida, o esporte e a prestação de serviço, com informações do trânsito, transporte público e previsão do tempo, entram no ar, nas duas emissoras. Na Globo, o foco é mais no esporte, onde Luiz Penido transmite o “Globo Esportivo”, com informações dos principais times do Rio, participação de comentaristas e boletins do trânsito. Na Tupi, Washington Rodrigues apresenta o “Show do Apolinho”, que também conta com informações dos times grandes do Rio, porém sem a participação de comentaristas e com mais foco no jornalismo e na prestação de serviços.

Após a “Voz do Brasil”, transmitida obrigatoriamente das 19 às 20h, a Tupi apresenta o “Programa Luis Ribeiro” que traz prestação de serviço, jornalismo e as polêmicas opiniões do comunicador, que recebe diariamente entrevistados, debatedores e outras personalidades para conversar sobre temas cotidianos. A Globo exhibe o “Botequim da Globo” com entrevistas, jornalismo, entretenimento e, também, prestação

de serviços. Como falamos, a partir das 22h, é esporte no ar: Panorama Esportivo, com Zeca Marques, na Globo e Giro Esportivo, com Wagner Menezes, na Tupi.

Na madrugada, a Globo tem o “Madrugada na Globo”, com Robson Audir e a Tupi a “Super Madrugada Tupi”, com Fernando Sérgio. De 03 às 06h da manhã, um programa para quem acorda bem cedo, com o “Programa Silvio Samper”, na Tupi e “Bom Dia Globo”, com Jorge Luis, na Globo.

Em dias de futebol e aos finais de semana, as duas rádios passam mais de 07 horas com programação voltada às jornadas esportivas.

Apesar da predominância atual da Super Rádio Tupi na disputa com a Globo, ambas as rádios disputam o ouvinte com uma programação variada, com qualidade, voltada para um público mais popular, que ainda utiliza o rádio como um companheiro, buscando entretenimento, prestação de serviço e jornalismo em geral, seja esportivo ou não.

Ranking da audiência do FM do Rio de Janeiro:<sup>28</sup>

**Posição atual - Posição anterior - Emissora \***

(todos os dias e locais, 05h-00h – Instituto Ibope)

- 01 – 01 – FM O Dia FM 100.5
- 02 – 02 – Beat 98 FM 98.1
- 03 – 03 – Melodia FM 97.5
- 04 – 05 – 93 FM 93.3
- 05 – 04 – JB FM 99.9
- 06 – 06 – Super Rádio Tupi FM 96.5
- 07 – 08 – Rádio Globo FM 89.5
- 08 – 07 – Nativa FM 103.7
- 09 – 09 – Mix FM 102.1
- 10 – 11 – MPB FM 90.3
- 11 – 10 – SulAmérica Paradiso FM 95.7
- 12 – 12 – Jovem Pan FM 102.9
- 13 – 13 – CBN FM 92.5
- 14 – 15 – Catedral FM 106.7
- 15 – 14 – Transamérica FM 101.3
- 16 – 16 – BandNews FM 94.9
- 17 – 17 – Rede Aleluia FM 105.1
- 18 – 18 – Gospel FM 107.9
- 19 – 19 – Costa Verde FM 91.7
- 20 – 21 – MEC FM 98.9
- 21 – 22 – 104,5 FM 104.5
- 22 – 23 – Roquette Pinto FM 94.1

---

<sup>28</sup> Disponível em: <<http://tudoradio.com/noticias/ver/8275-audiencia-rj-93-fm-e-super-radio-tupi-crecem-no-rio-de-janeiro>> . Acesso em: 25 de novembro de 2012.

\* Posição atual (Agosto a Outubro/2012) - Posição anterior (Julho a Setembro /2012) / todos os dias e locais, 05h-00h

### **5.3 - Outras Rádios Em Fm**

Excetuando as rádios católicas ou com segmentação específica - as allnews, como CBN e BandNews, a Bradesco Esporte, na área de esportes e a MEC com música clássica -, o dial FM no Rio de Janeiro é predominantemente musical. São blocos musicais intercalados com a participação do locutor, seja para “desanunciar” as músicas, seja para anunciar uma promoção; ou para fazer um testemunial (propaganda), ler alguma notícia ou interagir com o ouvinte (a depender da rádio).

Como falamos no início deste capítulo, existem vários segmentos no FM carioca. Mas vamos falar rapidamente de alguns programas que fogem do “vitrolão” encontrado em muitas emissoras.

Na Jovem Pan, temos o Pânico, clássico programa humorístico lançado no início dos anos 90 em São Paulo e que, por meio da rede Jovem Pan SAT, é transmitido para todas as afiliadas da Pan. Basicamente é um programa de entrevistas com a participação dos humoristas que formam o elenco do Pânico, que ganhou uma versão televisiva de muito sucesso em 2004 na RedeTV! e que hoje está na Bandeirantes. Emílio Surita, locutor e radialista desde a década de 80, é o apresentador das versões radiofônica e televisiva do Pânico, transmitido de segunda à sexta de meio-dia às duas da tarde. O programa também conta com a participação dos humoristas Marcos Chiesa, o Bola, Márvio Lúcio, o Carioca, Wellington Muniz, o Ceará, entre outros.

A Transamérica tem um programa semelhante, o Transalouca, no mesmo horário, mas sem o mesmo prestígio e/ou audiência. Assim como o Pânico, também é gerado da cabeça de rede em São Paulo.

A MPB FM tem quatro programas bastante interessantes. Um é o Pop Bola, que surgiu como Rock Bola na finada Rádio Cidade no começo dos anos 2000. Com 6 participantes: um apresentador, um repórter e quatro comentaristas (um de cada grande time do Rio de Janeiro), o Rock Bola mescla informações referentes ao futebol do Rio de Janeiro com irreverência e humor. Com o slogan de “Informação em segundo lugar”, o Pop Bola conta com plástica inovadora com vinhetas engraçadas e efeitos sonoros que fazem parte da “graça” do programa. É transmitido de segunda à sexta das oito às nove da noite.

O outro programa interessante da MPB é o “Samba Social Clube” que aos sábados e domingos, de meio-dia às duas da tarde, só toca samba e seus gêneros.

Bastante interessante. Conta também com entrevistas com personalidades do mundo do samba. Temos também o “Revista MPB”, exibido às sextas a partir de meio-dia, onde o radialista e orientador deste trabalho, Fernando Mansur, conversa com personalidades do mundo da música e das artes sobre eventos culturais e, é claro, música popular brasileira.

A MPB também exhibe o “Palco MPB”, onde artistas e grupos brasileiros fazem um show exclusivo para ouvintes e transmitido na íntegra no rádio, também com a participação de Mansur que entrevista e conversa com os músicos. Apesar da segmentação clara – só tocar MPB, a rádio que desde 2012 pertence ao Grupo Bandeirantes de Comunicação possui uma programação bem abrangente.

#### **5.4 - Digitalização Do Rádio**

Como este trabalho nasceu para contar a trajetória do rádio e, especialmente, do rádio FM no Rio de Janeiro, não temos a intenção de desmembrar o projeto do rádio digital no Brasil. Até porque, os formatos dos gêneros que existem atualmente no mundo (o norte-americano, o europeu e o japonês, os principais) ainda estão sendo analisados pelas autoridades de comunicação brasileiras e o martelo ainda não foi batido. Portanto, como o projeto de digitalização do dial brasileiro ainda não saiu do papel, não vamos discutir aspectos técnicos detalhadamente neste espaço.

Rapidamente, vamos apenas falar do que estes novos formatos de rádio podem trazer e acrescentar ao espectro brasileiro.

Atualmente, com o desenvolvimento das tecnologias relacionadas à comunicação, possibilitaram a criação de várias plataformas midiáticas que podem ser consideradas como rádio. Vamos listar alguns exemplos. A instalação de câmeras em estúdios de rádio, e a conseqüente transmissão das imagens ao vivo nos sites e aplicativos das principais emissoras na internet, possibilita a criação do chamado “rádio com imagem” que, apesar de não ser uma televisão, com a exibição de material gravado, já transforma o modo de se consumir rádio. Além, é claro, da aproximação do ouvinte com o comunicador, aumentando a “intimidade” entre emissor e receptor.

A internet, que de certa forma é sim uma digitalização do rádio, possibilitou muitos avanços para o veículo e, ao contrário do que muitos previam, não representou uma ameaça nem deu início à “morte” do rádio. Muito pelo contrário: como vimos no caso das câmeras, a grande rede ajudou no desenvolvimento de novas formas de interação com o ouvinte. Podemos citar também a escolha das músicas mais tocadas, os

pedidos musicais, a interação nas redes sociais em emissoras com caráter jornalístico (dando opiniões ou até mesmo furos de reportagem), entre outras maneiras de contato entre ouvinte e emissoras.

A criação do rádio digital, independente do formato que as autoridades brasileiras vão escolher e de que maneira estas tecnologias serão aplicadas no dial brasileiro, vai possibilitar, pelo menos, três avanços. Segundo MAGNONI e CARVALHO (2010), o primeiro deles é, obviamente, a melhora na qualidade do sinal do rádio, que pode se equiparar aos melhores formatos de música encontrados no mercado. A adoção do sistema digital, seja qual padrão for usado, trará som de FM para o AM e som de CD para o FM, em simples palavras. Outra melhora que o sistema digital pode trazer é o uso de imagens e outras informações não-sonoras na transmissão radiofônica, a depender do aparelho receptor.

Alguns rádios automotivos já trazem um sistema que informa o nome da rádio sintonizada, o slogan, as músicas e, em alguns casos, pequenas notícias. O rádio digital vai partir deste formato e o aprimorará. Ou seja, poderemos ouvir e ver rádio. Mas como assim? Explicamos: em uma rádio com formato jornalístico, como a CBN, por exemplo, o locutor poderá falar “segundo dados do IBGE que você pode acompanhar nesta tela, o Brasil registrou crescimento de 70% em população se comparado com o mesmo período de 2000”, aí aparece um pequeno gráfico no visor do rádio digital. Ou seja, as imagens vão auxiliar na capacidade de recepção das informações transmitidas no rádio. No caso de uma rádio musical, vai ser possível ver a capa do CD cuja música está passando, acessar informações referentes ao cantor (via internet), além da letra da música, por exemplo.

Outra melhoria será o aumento do número das emissoras de rádio, o que pode levar a uma maior segmentação do mercado. O rádio digital, em todos os seus padrões, aumenta a faixa disponível de sinal, o que possibilita mais espaços “vazios” no espectro que podem receber mais emissoras. Poderemos ter, portanto, emissoras destinadas a públicos específicos. Anunciantes poderão falar diretamente com o seu público-alvo, o que dá um gás nos investimentos em rádio. Ou seja: o rádio não vai morrer.

## 6 - CONCLUSÃO

Após falarmos um pouco do panorama atual do rádio brasileiro e carioca na parte número 4, vamos fazer uma análise mais global e abrangente do veículo rádio no Brasil, que completa neste ano 90 anos de idade. Com todo o material utilizado neste trabalho, podemos perceber o rádio como um meio de comunicação bastante vivo e importante para a vivência das grandes cidades e metrópoles brasileiras.

Acreditamos que um dos principais papéis do rádio – se não o mais importante, é a sua função como prestador de serviço. A possibilidade de se ouvir rádio fazendo outra coisa como estudando, dirigindo, caminhando, cozinhando etc., faz do rádio um veículo extremamente útil.

Mas como podemos mensurar essa utilidade? Simples assim: as grandes cidades brasileiras, não só as capitais, convivem cada vez mais com congestionamentos e engarrafamentos catastróficos. Não é raro a cidade de São Paulo apresentar mais de 200 quilômetros de vias completamente paradas em dias úteis, fenômenos que a cada dia aumenta no nosso querido Rio de Janeiro. Experimenta pegar uma ponte Rio-Niterói nas vésperas de um grande feriado. É preciso paciência. E rotas alternativas. E onde o rádio entra neste contexto?

Dentro do carro ou do transporte público (usando *smartphones* ou o velho radinho de pilha, com fone de ouvido, por favor), o rádio está aí. Seja para entreter, tocando músicas de qualidade, de sucesso, saudosistas, ou com programas de debate, ou com informações gerais do dia que vai começar – ou do dia que já acabou, além é claro de boletins de trânsito e do tempo, afinal todos sabemos que basta uma chuvinha mais forte para alagar ruas e desorganizar todo o trânsito do Rio. Ou seja, notícias referentes aos congestionamentos, às vias bloqueadas ou tomadas pela água em dias de chuvas, rotas alternativas, tudo aquilo que conceitua a prestação de serviço pode ser encontrada no rádio, tanto no AM, quanto no FM, mesmo musical. Isso sendo ouvido em *tablets*, *smartphones*, computadores, celulares, rádios automotivos, domésticos e até em televisão: algumas redes de TV a cabo possuem em sua programação canais com rádios musicais e emissoras famosas, como Jovem Pan AM, Gaúcha, Globo e CBN.

Falando especificamente da produção de uma rádio, inserida neste contexto de prestação de serviço em grandes metrópoles, podemos considerar a “facilidade” para se prestar estes serviços. Digo entre aspas porque basta entrar em uma central técnica de uma rádio comercial para ver que não é tão fácil assim colocar uma emissora no ar. Mas, comparando com a TV, ou até mesmo com a internet, onde necessitamos de sinais

que vem de operadoras não muito confiáveis, o rádio se mostra muito mais confiável. Para colocar um link ao vivo em uma emissora de televisão é preciso deslocar uma geradora (quase sempre um grande furgão), encontrar um lugar para estacioná-lo, ver se o ponto escolhido “alinha” com as antenas de transmissão do canal – geralmente em morros altíssimos – ou com o satélite, no caso de uma grande rede. Para então estabelecer uma conexão com a central técnica do canal de televisão, encontrar uma brecha na fechadíssima programação do canal para, enfim, entrar no ar, sempre por pouco tempo. E no rádio? Basta o repórter, de qualquer ponto onde o celular pegue, ligar para o estúdio da rádio e conectar o sinal telefônico à mesa de áudio da emissora, em um procedimento realizado em menos de 10 segundos.

Ou seja, mesmo com toda a pompa tecnológica de uma televisão, no caso de uma grande tragédia natural ou “humana”, o processo para se levar uma entrada ao vivo de um repórter para o ar é muito mais rápido na rádio, o que demonstra a sua importância nos dias como hoje. Um exemplo é o blecaute de novembro de 2009, quando mais de 40 milhões de pessoas no Brasil ficaram sem luz durante 4 horas (de 22h às 02h da manhã). A Rede Globo, que conta com gerador de energia em seus transmissores e emissoras, entrou com o seu temido Plantão dando informações sobre o apagão, inclusive com cenas aéreas de São Paulo às escuras. Mas, quem estaria vendo? Sim, as regiões que estavam com luz, é claro. Mas e o paulistano e o carioca que estavam no breu, como iriam se informar? Colocando pilha na televisão? Usando o notebook até a bateria acabar? Ou ligando o radinho de pilha com a transmissão “non-stop” do apagão? É, neste dia, o rádio deu um show de cobertura. Me lembro claramente das Rádios Tupi e Globo interrompendo um jogo de futebol qualquer (acho que era do Vasco, não me recordo) para dar informações sobre o apagão e da CBN entrando ao vivo com âncoras e comunicadores usando telefone celular dando opiniões e mais detalhes do blecaute. Posso ficar aqui horas dando exemplos da importância do rádio como prestador de serviço e veículo jornalístico, mas acho que já ficou claro, não é?

Portanto, o que vejo do rádio hoje em dia é um meio de comunicação de extrema utilidade, com foco jornalístico e de prestador de serviços enraizado em sua origem e se adaptando com as novas tecnologias e outras ferramentas de comunicação, como a internet e os novos aparelhos. A função de companheiro também se faz presente atualmente, sendo o rádio a companhia de trabalhadores durante o dia e, principalmente, na madrugada, onde porteiros, seguranças e outros trabalhos se entretêm com as ondas do rádio.

Como falamos anteriormente, o rádio digital e a sua provável melhoria na qualidade do sinal, dando uma vida ao rádio AM, e também com a segmentação, deve dar fim à balela que é a história do fim do rádio. O FM, que desponta hoje como o principal setor do rádio no Brasil e no Rio de Janeiro, também deve ganhar com a chegada da transmissão digital.

Aliás, falando em Rio de Janeiro, ficou mais do que claro com este trabalho que este estado e, mais precisamente, a Cidade Maravilhosa, são os berços do rádio brasileiro. Claro que outras cidades também apresentaram suas inovações, seus formatos específicos ou seus gêneros particulares, mas foi aqui que nasceu a Rádio Sociedade de Roquette-Pinto em 1923, a Nacional em 1936, a primeira FM, a Imprensa, em 1955, a EldoPop, que trouxe o ouvinte jovem para o FM a partir de 1971, a Cidade, que transformou o segmento FM no Brasil em 1977, a revolucionária Fluminense de Niterói que criou o rock brasileiro a partir de 1983 e outras experiências bem-sucedidas como a primeira rádio *allnews*, a CBN (as Organizações Globo são cariocas), entre outras tantas emissoras importantes que nasceram aqui no Rio de Janeiro. Luiz Antonio Mello, criador da Fluminense, a Maldita, bate o martelo: “Não tenho dúvidas de que o Rio de Janeiro é a terra do rádio. Aqui nasceu praticamente tudo. A história do rádio é carioca”.

### ***VAMOS ENCERRANDO NOSSAS TRANSMISSÕES...***

Após todo o material estudado, analisado – não só para fazer este trabalho de conclusão de curso, as milhares de horas ouvindo rádio, as experiências profissionais, eu posso crer na longevidade do rádio, um meio de comunicação flexível, que vem se adaptando aos novos cenários tecnológicos e culturais da população – mundial, brasileira e carioca – e ainda sim fazendo barulho, com o perdão do trocadilho.

Claro que a pesquisa não termina por aqui, assim como a história do rádio, que vai permanecer firme e forte. A história vem sendo escrita a cada dia, com novas formas de se consumir e fazer rádio, como já falei anteriormente.

Realizar este humilde trabalho de conclusão do meu curso de jornalismo sobre a história da rádio carioca, sobretudo o tão importante FM do Rio de Janeiro, me dá muito orgulho.

Com isso, só posso dizer uma coisa: **VIDA LONGA AO RÁDIO!**

## 7 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### *Livros e publicações acadêmicas:*

AGUIAR, Ronaldo Conde. *Almanaque da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007.

BARBERA, Jesús Martín. *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

BIAL, Pedro. *Roberto Marinho*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BRASIL, Marcelo de Lima. *Manual do Radialista – Aspectos Históricos e Legais do Rádio*. São Paulo: Vida Livros, 2012.

CALABRE, Lia. *A Era do Rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. (Coleção Descobrimo o Brasil)

DE FARIA, Álvaro Alves de Faria. *Jovem Pan: A Voz do Rádio*. São Paulo: RG Editores, 2002. 531 p.

JUNG, Milton. *Jornalismo de Rádio*. São Paulo: Editora Contexto, 2011. (Coleção Comunicação)

MAGNONI, Antônio Francisco; DE CARVALHO, Juliano Maurício de. *O novo rádio – cenários da radiodifusão na era digital*. São Paulo: Editora Senac SP, 2010.

MANSUR, Fernando. *No ar o sucesso da Cidade*. Rio de Janeiro: Editora JB, 1984.

\_\_\_\_\_. *O sucesso continua!* Rio de Janeiro: Shogun, 1985.

\_\_\_\_\_. *Rádio, um veículo subutilizado – Conversando sobre aspectos da comunicação radiofônica no Rio de Janeiro*. 2004. 325p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. *História das teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2009.

MELLO, Luiz Antonio. *A onda maldita – Como nasceu a rádio Fluminense*. Niterói: Nitpress Editora, 2012.

MORAIS, Fernando. *Chatô: o Rei do Brasil – A vida de Assis Chateaubriand*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

PARADA, Marcelo. *Rádio: 24 horas de jornalismo*. São Paulo: Panda Books, 2000.

PATERNOSTRO, Vera Íris. *GloboNews: o primeiro canal de jornalismo do Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2006.

PEREIRA, Otaviano. *O que é teoria*. São Paulo: Brasiliense, 2006. (Coleção Primeiros Passos)

PRADO, Magaly. *História do rádio no Brasil*. São Paulo: Editora da Boa Prosa, 2012.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. *História do Jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.

TAVARES, Mariza; FARIA, Giovanni. *CBN: a Rádio que toca Notícia*. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006. 151 p.

TAVES, Rodrigo. *Paixão pelo rádio: Do milésimo de Pelé ao milésimo de Romário, a trajetória de José Carlos Araújo, o eterno Garotinho*. Rio de Janeiro: Maquinária Editora, 2010.

TEIXEIRA, Vinícius. *Patrulha da Cidade – Líder de Audiência desde 1960 – Um estudo sobre o rádio, radiojornalismo e o líder*. Rio de Janeiro: COP Editora, 2011.

### ***Revistas e Jornais:***

Revista Veja, Editora Abril, Edição de 27 de abril de 1984.

Jornal O Globo: diversas edições.

### ***Áudios e links de internet:***

- Radiodocumentário “O Rádio no Brasil”, produzido pelo Serviço Brasileiro da BBC em 1988, com texto e produção do radialista Luiz Carlos Saroldi. 10 CDs com 300min de produção.

- Troca de microfones entre Luiz Penido e Garotinho, no dia 13 de maio de 2012, na Rádio Globo do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=oaQI3pO9-Uc> . Acesso em: 24 de novembro de 2012.
- Chegada de José Carlos Araújo na BandNews Fluminense FM. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=wsNR0pfUXyQ&feature=related> Acesso em: 21 de novembro de 2012.
- Última edição do Repórter Esso no Rádio, no dia 31 de dezembro de 1968, na Rádio Globo do Rio. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=cIgSWgWH2kg> Acesso em: 24 de novembro de 2012.
- Uma edição do programa “Chá das 5”, na Rádio Transamérica do Rio, no fim da década de 80, com Cazuza. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=9KGcCW82whc>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.
- Exemplo da programação da rádio Jovem Pan 2 FM de São Paulo nos anos 80. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=itpcKchz-Ow>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.
- Parte das vinhetas da Rádio Cidade FM do Rio de Janeiro no começo da década de 80. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=wpDYx0PUPfE>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.
- Vinheta especial de fim de ano da Rádio Cidade FM do Rio na década de 80. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=ilwQ5epuSaI>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.
- Documentário “The Big Boy Show”, produzido por Leandro Peterson como monografia para a conclusão do curso de rádio e TV da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) em 2007. Parte 1, disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=0t6FhgHDMas>.; Parte 2, disponível em: [http://www.youtube.com/watch?v=5qq\\_z4CIEzI](http://www.youtube.com/watch?v=5qq_z4CIEzI)>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

- Parte das vinhetas da Rádio Eldopop FM do Rio de Janeiro, na década de 70.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=tVAtdyEHoyM>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

- Parte das vinhetas da Rádio Fluminense FM do Rio de Janeiro, na década de 80.

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=HrITuDiKMPE&feature=related>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

- Ranking da audiência do rádio FM no Rio de Janeiro em outubro de 2012.

Disponível em: < <http://tudoradio.com/noticias/ver/8275-audiencia-rj-93-fm-e-super-radio-tupi-crescem-no-rio-de-janeiro>>. Acesso em: 24 de novembro de 2012.

- Coluna de Ancelmo Góis em *O Globo* que noticiou a saída de Luiz Penido da Tupi para entrar na Rádio Globo. Disponível em:

<<http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/posts/2012/04/26/a-coluna-de-hoje-442068.asp>>.

Acesso em: 24 de novembro de 2012.

***Sites diversos:***

[WWW.Tudoradio.com.br](http://WWW.Tudoradio.com.br)

[WWW.showdoradio.com.br](http://WWW.showdoradio.com.br)

[WWW.radiocbn.com.br](http://WWW.radiocbn.com.br)

[WWW.radioglobo.com.br](http://WWW.radioglobo.com.br)

[WWW.mpbbrasil.com.br](http://WWW.mpbbrasil.com.br)

[WWW.antenal.com.br](http://WWW.antenal.com.br)

[WWW.jovempan2.com.br](http://WWW.jovempan2.com.br)

[WWW.jovempan.com.br](http://WWW.jovempan.com.br)

[WWW.band.com.br](http://WWW.band.com.br)

[WWW.bandnewsfm.com.br](http://WWW.bandnewsfm.com.br)

[WWW.fmodia.com.br](http://WWW.fmodia.com.br)

[WWW.transamerica.com.br](http://WWW.transamerica.com.br)

[WWW.mixfm.com.br](http://WWW.mixfm.com.br)

[WWW.jbfm.com.br](http://WWW.jbfm.com.br)

[WWW.sulamericaparadiso.uol.com.br](http://WWW.sulamericaparadiso.uol.com.br)

[WWW.tupi.am](http://WWW.tupi.am)

[WWW.nativa.fm](http://WWW.nativa.fm)

<http://eldopop.orgfree.com/>