

A história do rádio no Brasil e em Minas Gerais

Sêmia Mauad*

UNI-BH

Índice

1. Introdução	1
2. Como tudo começou	3
3. História do rádio no Brasil	5
4. História do rádio em Minas Gerais	9
5. Considerações finais	11
6. Referências Bibliográficas	12

Resumo

As primeiras atuações do rádio no Brasil se deram por meio de experiências, para que de fato, ele fosse inaugurado. Eram feitas por alto-falantes, ou pequenas veiculações. De forma tímida, o rádio foi ganhando seu espaço cada vez mais. Antes de caráter educativo, se tornou comercial. Seus programas antes amadores se tornaram profissionais. No início, para manter os trabalhos do rádio, associados, depois de um decreto de lei do Governo, as emissoras passam a veicular publicidade, objetivando lucros. Na Época de Ouro seu auge. No surgimento da

*Bacharel em Comunicação Social e Habilitação em Jornalismo, pela Faculdade Governador Ozanam Coelho (Fagoc). Especialista em Criação e Produção em Mídia Eletrônica, pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH).

televisão o declínio. Com as novas tecnologias o rádio digital tende a se transformar. Experimentações em torno do Rádio Digital já estão sendo realizadas. O rádio na web já é fato. Muitas foram as transformações, mas o rádio continua sendo um veículo de abrangência popular.

1. Introdução

O rádio é um eficiente canal de comunicação. Ele tem diversas características que o torna um veículo de massa. O rádio permite o imediatismo da notícia, não necessitando de parafernália para transmissão como a televisão. Basta o jornalista ter em mãos um telefone celular e já é capaz de transmitir o fato no momento exato em que acontece. Também permite que pessoas com baixo poder aquisitivo possam desfrutar de suas maravilhas por ser um aparelho barato. Além disso, pode ser levado e desfrutado em qualquer lugar: no carro, em casa, no quintal, no escritório, na rua.

A primeira transmissão radiofônica oficial no Brasil, acontece no dia 7 de setembro de 1922 quando o Presidente Epitácio Pessoa discursou, na cidade do Rio de Janeiro, em comemoração aos cem anos da Independência do Brasil. Na ocasião, o transmissor foi instalado no alto do Corcovado,

permitindo assim, a propagação do discurso. Naquela época, a transmissão se deu por alto-falante. Não havia ainda receptores domésticos. Como toda tecnologia lançada, o rádio ainda era um “luxo” para poucos. Seu aparelho na época era caro.

Edgard Roquete Pinto é considerado o “pai do rádio brasileiro”. Junto com Henry Morize, fundaram no dia 20 de abril de 1923, a primeira estação de rádio brasileira: a chamada Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Roquete Pinto definiu bem como foi à primeira transmissão de rádio no Brasil: “Tudo roufenho, distorcido, arrombando os ouvidos, era uma curiosidade sem maiores conseqüências”. Essas frases fazem parte do discurso dele sobre a primeira transmissão radiofônica no Brasil, na Praia Vermelha, Rio de Janeiro, 1922.

Para manter a Rádio Sociedade no ar era preciso da ajuda dos ouvintes, que se tornavam associados e contribuía com mensalidades para a manutenção da emissora. Eram doações de entidades privadas e públicas. Anúncios pagos, nessa época, eram proibidos. O veículo então travava uma luta todos os dias para garantir a manutenção dos serviços prestados. O desenvolvimento do rádio nessa época foi lento.

Nesse período, eram veiculados diversos programas voltados à cultura e a educação. Segundo a autora Gisela Swetlana Ortriwano, na obra “A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos”, ela afirma que a programação, na verdade, não estava apenas voltada para atingir os objetivos de seus fundadores, mas também promover o trabalho de intelectuais: “Nasceu como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram

bastante culturais, educativas e altruísticas”. (ORTRIWANO, 1985: 14).

No início, sua programação era voltada para a elite. Eram veiculados óperas, recitais de poesia, concertos e palestras culturais. A sua finalidade era cultural, educativa e altruísta.

Apenas nos anos 30 é que o Governo mostrou preocupação com o novo meio. Desta forma, o decreto nº 21.111 foi instituído e “autorizava a veiculação de propaganda pelo rádio, tendo limitado sua manifestação, inicialmente, a 10% da programação, posteriormente elevada para 20% e, atualmente, fixada em 25%”. (ORTRIWANO, 1985: 15). A partir daí, o erudito torna-se popular e começa a contratação de artistas e produtores.

Com a permissão da venda de publicidade, as emissoras de rádio começaram a se organizar como empresas e a competição para angariar cada vez mais o mercado ficou ainda mais resistente:

A competição teve, originalmente, três facetas: desenvolvimento técnico, status da emissora e sua popularidade. A preocupação “educativa” foi sendo deixada de lado e, em seu lugar, começaram a se impor os interesses mercantis. (ORTRIWANO, 1985: 15).

Com a preocupação de obter lucros as emissoras quiseram se aperfeiçoar. Assim, o rádio teve o seu desenvolvimento técnico. Foi a “Época de Ouro”, nos anos 40. A programação abandonou o seu perfil educativo e elitista para se firmar como um meio popular. Houve mudanças na linguagem, que se tornou mais simples, direta e de fácil entendimento. A audiência aumentava a cada

dia, pois, a programação se tornou mais bem organizada e diversificada. Na década de 30 e 40, os programas de música popular surgiram e lançaram ídolos como a cantora Carmem Miranda e o cantor Orlando Silva. Garantir audiência era sinônimo de programas populares, alguns considerados até de baixo nível, de grande alcance e notoriedade do grande público.

Entretanto, a “Época de Ouro do rádio” não durou muito tempo, em consequência, da estréia da televisão no Brasil, no ano de 1950, trazida por Assis Chateaubriand:

A “Época de Ouro” do rádio termina, coincidentemente, com o surgimento no Brasil de um novo meio: a televisão. Quando surge, ela vai buscar no rádio seus primeiros profissionais, imita seus quadros e carrega com ela a publicidade. Para enfrentar a concorrência com a televisão, o rádio precisava procurar uma nova linguagem, mais econômica. (ORTRIWANO, 1985: 21).

Com a chegada da TV, o rádio teve que se adaptar e explorou os serviços de utilidade pública, jornalismo e esportes.

Hoje são cerca de duas mil emissoras comerciais existentes no Brasil, e o mercado, a cada dia que passa, se torna mais competitivo. E no meio do bolo das rádios comerciais estão às comunitárias e educativas. Que prometem diferentes formatos de programas, mas muitas delas, apenas reproduzem o que já é feito em emissoras comerciais.

2. Como tudo começou

O rádio provoca uma aceleração da informação que também se estende a outros meios. Reduz o mundo a uma aldeia

(...). Mas, ao mesmo tempo que reduz o mundo a dimensões de aldeia, o rádio não efetua a homogeneização dos quarteirões da aldeia. Bem ao contrário.

Marshall McLuhan, pensador canadense

Alguns estudiosos acreditam que o italiano Guglielmo Marconi, no fim do século XIX, desenvolveu a tecnologia de transmissão de som por ondas de rádio. Entretanto, há quem afirme que o inventor disso foi o sérvio Nikola Tesla.

O rádio só foi possível em consequência das invenções de Alexander Graham, inventor do telefone; de Thomas Edison, inventor do fonógrafo; Émile Berliner criou o microfone no ano de 1877; Oliver Lodge foi o criador do circuito elétrico sintonizado vinte anos depois. Oliver Lodge e Ernest Branly foram os inventores do “coesor”, um dispositivo que melhorava a detecção do som; a descoberta das ondas de rádio por Heinrich Rudolph Hertz trouxe as nossas vidas um novo meio de comunicação, considerado importante pela facilidade e agilidade da transmissão de informações. O experimento de Hertz fez com que faíscas se soltassem através do ar que separavam duas bolas de cobre.

No Brasil, no ano de 1893, o padre - cientista gaúcho, Roberto Landell de Moura, nascido em 21 de janeiro de 1861, também obteve experiências semelhantes. O trabalho realizado por ele estava sendo desenvolvido em São Paulo. Landell construiu alguns aparelhos considerados importantes para a história do rádio, tais como: Teleauxiofono (telefonía com fio), Caleofono (telefonía com fio), Anematófono (telefonía sem fio), Teletiton (telegrafia fonética, sem fio), com o qual duas pessoas podem comunicar-

se sem serem ouvidas por outras), Edífono (destinado a depurar as vibrações da voz, tornando-a o mais natural).

Dez anos depois, em 1900, Landell de Moura obteve do governo brasileiro a carta patente nº 3279. Isso significaria o reconhecimento de seus méritos científicos na área das telecomunicações. Um ano depois, Landell embarcou para a América, e no ano de 1904, o “The Patent Office at Washington” lhe concedeu três cartas patentes, destinadas às invenções do telégrafo sem fio, do telefone sem fio e do transmissor de ondas sonoras. O padre-cientista é considerado precursor nas transmissões de vozes e também de ruídos.

Há diferentes versões que relatam as primeiras transmissões do rádio no mundo. Uma delas diz que foi realizada em 1906, nos EUA por Lee de Forest para testar a válvula tríodo. A válvula tríodo permite a ampliação dos sinais elétricos. Isso possibilita a audição de sons complexos transmitidos pelas ondas hertzianas. A função do tríodo era amplificar e produzir ondas eletromagnéticas de forma contínua.

Já a inauguração oficial da radiodifusão no mundo, acontece no Natal de 1906. De Forest e Reginald Aubrey Fessenden transmitem, nos EUA, alguns números de canto e solos de violino. Outras transmissões consideradas pioneiras também foram realizadas nos anos posteriores. Lee Forest chegou a instalar em 1916, depois de muitas pesquisas, a primeira “estação-estúdio” de radiodifusão, em Nova Iorque. Esse programa é considerado o primeiro de rádio. Na programação continha conferências, música de câmara e gravações. Nessa transmissão também se tem o primeiro registro de radiojornalismo. As informações eram relacionadas às apu-

rações eleitorais da presidência dos Estados Unidos.

A I Guerra Mundial possibilitou a implantação das primeiras emissoras. Durante o conflito, as transmissões das ondas eletromagnéticas ficaram sob o controle do governo dos países que estavam em guerra. O atraso na implantação da radiodifusão para o público, só foi compensado pelos avanços feitos nesse período, o que facilitou o crescimento das estações de rádio no pós-guerra.

Em apenas uma década, a radiodifusão espalhou-se por todo o mundo. No ano de 1919 é criada a primeira grande empresa norte-americana de telecomunicações, a Radio Corporation of América (RCA). Em seguida a National Broadcasting Company (NBC) foi criada em 1926. A Columbia Broadcasting System (CBS), instalou-se em 1927.

Na Europa são implantadas inúmeras empresas de grande porte, como a italiana Radiotelevisione Itália, na (RAI), em 1924; a inglesa British Broadcasting Corporation (BBC), três anos mais tarde; e a francesa Radio France Internationale (RFI), no ano de 1931.

Com o aumento da implantação de estações de rádio, o número de receptores também se eleva drasticamente: nos EUA, por exemplo, os aparelhos de rádio pulam de 50 mil, em 1922, para mais de 4 milhões, três anos mais tarde.

3. História do rádio no Brasil

Tudo roufenho, distorcido, arrombando os ouvidos, era uma curiosidade sem maiores conseqüências.

Roquette Pinto

O Rádio foi inaugurado oficialmente no Brasil, no dia 07 de setembro de 1922, em função das comemorações do centenário da Independência. O transmissor foi acoplado pela empresa Westinghouse Electric International Co, no alto do Corcovado, no Rio de Janeiro.

O primeiro programa exibido foi o discurso do Presidente Epitácio Pessoa. As palavras do presidente foram proferidas em uma exposição, na Praia Vermelha, no Rio de Janeiro. Após o discurso, seguiram-se emissões de música lírica, para os apenas 80 aparelhos de rádio espalhados pela cidade carioca.

Depois do fim das festividades, durante alguns dias, foram transmitidas óperas diretamente do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Entretanto, só escutou-se rádio novamente no ano seguinte, quando o rádio começou a funcionar normalmente, em 20 de abril de 1923, quando o antropólogo Roquete Pinto e o diretor do Observatório Nacional Henry Morize, instalaram a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

A emissora desejava a veiculação de programas educativos e culturais. Entretanto, segundo a autora Gisela Swetlana Ortriwano, na obra “A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos”, afirma que a programação, na verdade, não estava apenas voltada para atingir os objetivos de seus fundadores, mas também a promover o trabalho de intelectuais: “Nasceu como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram bastante culturais, educativas e altruísticas”. (ORTRIWANO, 1985: 14).

As rádios amadoras que apareceram no país, na década de 20, foram influenciadas pelo estilo, como a Rádio Clube Paranaense,

em Curitiba. É importante ressaltar que todas as rádios, naquela época, nasciam como clubes ou sociedades, como afirma a autora Gisela Ortriwano:

Nessa primeira fase, o rádio se mantinha com mensalidades pagas pelos que possuíam aparelhos receptores, por doações eventuais de entidades privadas ou públicas e, muito raramente, com a inserção de anúncios pagos, que, a rigor, eram proibidos pela legislação da época. E também eram feitos apelos para que os interessados aderissem à emissora como sócios, ajudando a mantê-la. Mas, como diz Renato Murce, “a constância não é uma virtude muito brasileira, depois de alguns meses, ninguém mais pagava”. E o rádio lutava com dificuldades, sem estrutura econômico financeira que pudesse favorecer o seu desenvolvimento. (ORTRIWANO, 1985: 14).

A sua programação era voltada para a elite, pois, contava com recitais de poesia, concertos, óperas e palestras culturais. Outro fato era importante para que essa programação se reiterasse: os receptores eram caros e importados, o que impossibilitava a massa de adquirir tais equipamentos.

Antes o nosso rádio tinha como finalidade questões culturais, educativas e também altruístas. Muito diferente do rádio que temos hoje que, antes, era mantido por mensalidades e doações dos ouvintes. Os anúncios pagos eram proibidos e, como a legislação proibia a publicidade, as rádios eram sustentadas pelos associados.

Com o passar do tempo, as emissoras viram a necessidade de reivindicarem o direito de sobreviver com recursos próprios. A pioneira rádio comercial nasceu nos Estados

Unidos: é a WEAF, de Nova Iorque. Ela veiculava anúncios de 12 segundos por dois dólares e cem dólares por 10 minutos.

A era comercial, como conhecemos só veio no ano de 1932, com o Decreto de Lei nº. 21.111 de 01/03/32, que autorizava 10% de sua programação a ter comerciais. Nessa época, tínhamos Getúlio Vargas, como Presidente da República.

Obviamente, o número de propagandas aumentou e o rádio se transformou em um excelente negócio lucrativo:

O Governo mostra, a partir dos anos 30, preocupar-se seriamente com o novo meio, que definia “serviço de interesse nacional e de finalidade educativa”, regulamentando o seu funcionamento e passando a imaginar maneiras de proporcionar-lhe bases econômicas mais sólidas, concretizadas pelo Decreto nº 21.111, que autorizava a veiculação de propaganda pelo rádio, tendo limitado sua manifestação, inicialmente, a 10% da programação, posteriormente elevada para 20% e, atualmente, fixada em 25%. (ORTRIWANO, 1985: 15).

Através dessa mudança de visão de lucro, as rádios foram obrigadas a mudar a sua programação também. O que era erudito torna-se popular; muitos artistas foram contratados nessa época. A competição entre os veículos aumentou, trazendo o desenvolvimento técnico e também a preocupação com a popularidade do veículo. As emissoras se tornam mais profissionais e os transmissores e receptores, se tornam mais potentes. Os progressos permitiram a melhora do som, evitando problemas de interferência. Desta forma, as emissoras se organizaram realmente como empresas, deixando

algumas preocupações de lado para garantir outras, com o objetivo de adaptação:

Com o advento da publicidade, as emissoras tratavam de se organizar como empresas para disputar o mercado. A competição teve, originalmente, três facetas: desenvolvimento técnico, status da emissora e sua popularidade. A preocupação “educativa” foi sendo deixada de lado e, em seu lugar, começaram a se impor os interesses mercantis. (ORTRIWANO, 1985: 15).

Na década de 30 foram implantadas no Brasil três grandes rádios: a Rádio Record, de São Paulo, criada em 1931, a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, de 1936, e a Rádio Tupi, em São Paulo, em 1937. Nessa época, o Brasil já contava com 29 emissoras de rádio, transmitindo conteúdo para as elites.

Com essa preocupação e desenvolvimento técnico, o rádio viveu a sua “Época de Ouro”, nos anos 40. A programação abandonou o seu perfil educativo e elitista para se firmar como um meio popular. Houve mudanças na linguagem, que se tornou mais simples, direta e de fácil entendimento. A audiência aumentava a cada dia, pois, a programação se tornou mais bem organizada e diversificada. Na década de 30 e 40, os programas de música popular surgiram e lançaram ídolos como a cantora Carmem Miranda e o cantor Orlando Silva. Garantir audiência era sinônimo de programas populares, alguns considerados até de baixo nível, de grande alcance e notoriedade do grande público:

Como a única maneira de atrair o anúncio é garantir-lhe maior penetração, inicia-se uma guerra pela conquista de públicos

sempre maiores. Na ânsia de angariar ouvintes, inclusive os numerosíssimos analfabetos, a programação de certas emissoras vai-se popularizando, a exemplo da Rádio Nacional. Boa parte dessas programações então, mais do que ao popular, descem ao popularesco e ao baixo nível. (ORTRIWANO, 1985: 19).

Em 1942 foi ao ar a primeira radionovela. Seu nome era “Em busca da Felicidade”. Era exibida na Rádio Nacional. Em seguida, foi a vez da novela “O Direito de Nascer”.

A mesma rádio lança o mais importante jornal do rádio brasileiro o “Repórter Esso”, às 12h45min do dia 28 de agosto de 1941. A primeira notícia era a de ataques de aviões da Alemanha à Normandia, durante a 2ª Guerra Mundial. A notícia foi lida por Romeu Hernandez. Mas quem marcou a história do “Repórter Esso” foi o gaúcho Heron Domingues:

Em 1942, a Rádio Tupi de São Paulo também começa a sua tradição jornalística, colocando no ar o “Grande Jornal Falado Tupi”, criado por Coripeu de Azevedo Marques e Armando Bertoni, com uma hora de duração diária. O “Repórter Esso” e o “Grande Jornal Falado Tupi” foram marcos importantes para que o radiojornalismo brasileiro fosse encontrando a sua definição, os caminhos de uma linguagem própria para o meio, deixando de ser apenas a “leitura ao microfone” das notícias dos jornais impressos. (ORTRIWANO, 1985: 21).

A Rádio Nacional inaugurou o jornalismo no rádio brasileiro. Utilizavam frases curtas

e objetivas, o meio tinha aspecto de agilidade, instantaneidade e também havia a seleção cuidadosa das notícias. Sabe-se que as técnicas introduzidas por eles ainda são utilizadas até hoje na maioria das emissoras e nos jornais falados.

Para facilitar ainda mais a veiculação da notícia no rádio, o transistor foi criado, em 23 de dezembro de 1947. A comunicação, a partir dele, tornou-se mais ágil, e possibilitou o “ao vivo” da rua:

Das produções caras, com multidões de contratados, o rádio parte agora para uma comunicação ágil, noticiosa e de serviços. Aliado a outros avanços tecnológicos, o transistor deu ao rádio sua principal arma de faturamento: é possível ouvir rádio a qualquer hora e em qualquer lugar, não precisando mais ligá-lo as tomadas... As emissoras de maior porte passam a utilizar cada vez mais acentuadamente as unidades móveis, agilizando a transmissão da informação. (ORTRIWANO, 1985: 22).

Os primeiros emissores em frequência modulada (FM), são lançados na década de 40 e produzidos nos EUA, pela General Electric. O sistema de FM permite uma recepção em qualidade técnica, mas seu alcance é menor comparado ao de amplitude modulada (AM). Mas, apesar do longo alcance, há algumas limitações de qualidade. Na AM, apenas o alcance dos canais é alterado:

Ainda em decênio de 60, começam a operar as primeiras emissoras em FM – frequência modulada. Inicialmente

fornecem “música ambiente” para assinantes interessados em Ter um background que parecesse apropriado ao tipo de ambiente (...) (ORTRIWANO, 1985: 23).

Mesmo com todo sucesso o rádio passa por momentos de dificuldade, quando a TV chega ao Brasil. O apogeu do rádio chegou ao seu fim quando a televisão se tornava cada vez mais popular. As emissoras radiofônicas, então, foram obrigadas a redefinir seus objetivos. O veículo, então, passou por um processo de reestruturação e tende a ter uma missão diferente, ou seja, o rádio dá início à produção de programas mais baratos e ao mesmo tempo, atraentes para o público em geral.

Nessa reestruturação, o radiojornalismo ganha mais espaço dentro da programação das emissoras. A primeira rádio a divulgar notícias durante toda a programação é a Bandeirantes, de São Paulo, inaugurada em 1954. Os serviços de utilidade pública viraram o carro-chefe da programação das emissoras, como ratificou Gisela Ortriawano:

O rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. Foi se encaminhando no sentido de atender às necessidades regionais, principalmente ao nível de informação. (ORTRIWANO, 1985: 21 - 22).

Como a TV ainda não tinha bem definida a sua programação e poucos sabiam como utilizar do meio, a solução encontrada foi levar os artistas do rádio para a TV. O rádio optou,

então, em trocar os seus artistas e programas de humor de sucesso por músicas inseridas em sua programação. As novelas e também os programas de auditório deram espaço aos serviços de utilidade pública. Temos alguns exemplos de profissionais que migraram do rádio para a TV como o humorista Chico Anysio, que surgiu no rádio, na década de 40, com alguns programas, entre eles o “Rua da Alegria”, na Rádio Tupi do Rio de Janeiro. Abelardo Barbosa (Chacrinha) trabalhava na PRA-8 Rádio Clube de Pernambuco. No ano de 1942, Chacrinha foi para a Rádio Difusora Fluminense. Em 1959, o apresentador fez sua estréia na Televisão Brasileira.

A partir daí, com a ida dos profissionais de rádio para a TV, busca-se a segmentação do público-ouvinte, com o objetivo de aumentar a audiência do meio. Dessa forma, passam a existir diferentes tipos de emissoras como as jornalísticas, populares, musicais e religiosas e também as chamadas jovens ou adultas. Algumas emissoras também se segmentam através da faixa etária de seus ouvintes. Elas se destacam por classes sociais e faixas etárias. Ainda existem as emissoras dedicadas a apenas alguns gêneros musicais como sertanejo ou rock. Entretanto, ainda existem muitas rádios em que seu conteúdo se baseia em várias.

Em 1935, na Alemanha, acontece a primeira transmissão de TV oficial. Neste mesmo ano, Assis Chateaubriand, inaugura em 25 de setembro a PRG-3, Rádio Tupi do RJ. Um ano mais tarde, é inaugurada a estação de TV da BBC. O ano de 1936 também é marcado pela estréia de Ary Barroso no rádio. Ele era narrador esportivo e tocava gaita enquanto narrava os gols. Começou na Rádio Cruzeiro do Sul, do Rio de Janeiro.

Ary além de ser apresentador de inúmeros programas também é compositor. A música “Aquarela do Brasil” foi uma de suas criações. O ano de 1938, na Rússia, marcava o início das transmissões da TV naquele país.

No dia 18 de setembro de 1950, é inaugurada oficialmente a primeira emissora de televisão brasileira: a TV Tupi de São Paulo, de Assis Chateaubrind. No ano de 1954, foi inventada por Peter Goldmark a TV em cores:

A “época de ouro” do rádio termina, coincidentemente, com o surgimento no Brasil de um novo meio: a televisão. Quando surge, ela vai buscar no rádio seus primeiros profissionais, imita seus quadros e carrega com ela a publicidade. Para “enfrentar a concorrência com a televisão, o rádio precisava procurar uma nova linguagem, mais econômica. (ORTRIWANO, 1985: 21).

4. História do rádio em Minas Gerais

O rádio tem que ser amado, apaixonadamente, pelos que o realizam. Sem isso, nada feito. Os que são verdadeiramente do rádio estão dispostos a todas as lutas, a todos os sacrifícios, aceitando com naturalidade as frustrações, os desafios. Esse trabalho fascinante oferece muita compensação, mas exige suor todos os dias, pois o rádio nos coloca dentro das casas, na intimidade dos lares. Pode ser até que o rádio não encha os bolsos, mas é rigidamente certo que enche os corações. Só quem está no rádio sabe como isso é verdade.

Januário Carneiro, fundador da Rádio Itatiaia, de Belo Horizonte.

A primeira emissora de rádio instalada em Minas Gerais foi a Rádio Sociedade, da cidade de Juiz de Fora. A inauguração aconteceu em 7 de janeiro de 1926, como afirmou o autor Luiz Pedro Rodrigues, em seu livro *Show do Rádio: pessoas e fatos ligados às rádios de Minas Gerais*:

Em Minas Gerais o rádio começou com a pioneira Rádio Sociedade de Juiz de Fora, montada por Cardoso Sobrinho em 7 de janeiro de 1926. Essa emissora destacou-se pela excepcional qualidade de sua programação e pelos talentos que ligou a radiodifusão brasileira. (RODRIGUES, 2001: 18).

Rodrigues ainda afirma que no ano de 1931, foi fundada na capital de Belo Horizonte, a Rádio Mineira. Entretanto, a transmissão experimental da primeira rádio de BH se deu em 1926: Rádio Clube. O primeiro programa “Atos do Governo do Estado” foi ao ar às 19 horas e trinta minutos.

O autor ainda diz que mais duas rádios funcionavam no ano de 1933, em Minas Gerais. As duas estações são as Rádios Triângulo, da cidade de Uberaba, e a Cultura, do Município de Poços de Caldas.

Mas foi em agosto de 1936 que nasceu a Rádio Guarani. Ela criou vários programas que caíram no gosto popular como: “A hora do Recruta”, onde os cantores sofriam punições de um carrasco, caso eles não se apresentassem bem. A atração era comandada pelo locutor Rômulo Paes.

Outra rádio que surgiu em 1936 foi a Rádio Inconfidência. Seus aparatos técnicos

vieram importados de Londres, a pedidos do governador Benedito Valadares. Era considerada tradicional e com toda sua programação voltada para a elite, com concertos de Música Sinfônica e Ópera.

Tempos depois, houve a opção da reformulação da programação. De elitista, se tornou popular. A tendência foi copiada da Rádio Nacional, considerada exemplo de rádio na época. Mas havia também interesses políticos a cerca da popularização da Rádio Inconfidência. O então governador, Juscelino Kubitschek, precisava de um veículo de massa, pois, desejava chegar a Presidência da República.

A história da Rádio Inconfidência é marcada até hoje. Ela é dona de um dos programas mais antigos do rádio brasileiro: “A Hora do Fazendeiro”, voltado aos trabalhadores do meio rural, criado três dias após sua inauguração em 1936.

A rádio estatal, anos depois, contou com uma nova versão: Rádio Inconfidência FM, também chamada de Brasileiríssima.

Mas há outras rádios que também marcaram época, como é o caso da Rádio Itatiaia, fundada por Januário Carneiro. O diferencial da emissora foi à introdução em sua programação, de quadros esportivos e jornalísticos. Mas no final de 1960, foram programas musicais, com o objetivo de obter uma audiência maior, junto aos desinteressados por informação. Apesar do esforço, a Rádio Inconfidência só se tornou líder de audiência nos anos 80.

Atualmente, a rádio trabalha com 100 KW, e sua cobertura chega a 200 quilômetros. A Rádio Itatiaia funciona em duas frequências hertzianas: AM e FM, além da Rádio Extra, que faz mais o estilo popular. A

Rede também possui um canal de TV a cabo, retransmissora da TV Gazeta.

É importante ressaltar que foi a partir dos anos 60, que começam a funcionar as primeiras emissoras em FM (frequência modulada). A característica das rádios FMs é a introdução cada vez maior de músicas na programação. Para Ortriwano:

A primeira emissora a explorar esse serviço foi a Rádio Difusora de São Paulo, no decênio de 70. Esse tipo de transmissão utilizaria canais abertos, surgindo um número bastante elevado de emissoras operando em FM, todas voltadas exclusivamente para a programação musical. (ORTRIWANO, 1985: 23).

A autora ainda completou que nos anos 70, as emissoras passam a segmentar a sua programação:

Em meados dos anos 70, as emissoras passaram a identificar-se com determinadas faixas sócio-econômicas-culturais, procurando dirigir-se a ela e buscando sua linguagem nos próprios padrões das classes que desejavam atingir. (ORTRIWANO, 1985: 24).

Outro fenômeno de audiência em Belo Horizonte é a Rádio Favela, fundada no ano de 1979. A emissora funciona na favela do Cafezal, no alto do Bairro da Serra, tinha como objetivo reduzir a criminalidade na Vila Fátima, no conglomerado de 11 favelas. A Rádio Favela começou como emissora pirata e fechada inúmeras vezes pela Polícia, mas 20 anos mais tarde, em fevereiro de 2000, recebeu a autorização do Governo para

funcionar. Dois de seus fundadores são Nerimar Wanderley Teixeira e Misael Avelino dos Santos. A Rádio Favela já se destacou até internacionalmente: em fevereiro de 1999, foram reconhecidos pelo trabalho educativo na favela, junto ao jornal americano, Wall Street Journal. Recebeu também em Milão o prêmio de “Melhor Programa de Rádio Alternativo”, desafiando rádios comunitárias de todo o mundo. A emissora também já foi agraciada com o “Prêmio Mundial sem Drogas”, oferecido pela Organização das Nações Unidas (ONU), pelo trabalho de prevenção ao tráfico.

5. Considerações finais

O rádio chegou ao início do século passado com objetivo de educar os ouvintes. Muito aconteceu para que chegássemos ao rádio que conhecemos atualmente. Entretanto, algumas atribuições não se modificam como levar informação, cultura e entretenimento as pessoas das mais variadas regiões do país e, agora, do mundo, por meio da Internet. As distâncias não mais existem. A informação pode ser acessada e escutada por todos.

Com todos os seus atrativos e as suas peculiaridades, acima de tudo, os responsáveis pelo meio devem se preocupar com a formação dos cidadãos. O rádio é, impreterivelmente, um veículo de formação cultural e como tal, deve se responsabilizar e ser responsabilizado pelo que faz e pelo que poderá fazer.

Sem muitas novidades durante esses anos, agora o rádio espera a definição do padrão digital. Com o surgimento das novas tecnologias, passamos a ter outras formas de propagação da informação. Conhecemos um

novo conceito em se fazer rádio. Usamos Internet. É o caso da web radio uma forma mais fácil de comunicar, pois, não há a necessidade de concessão ou burocracia. O ouvinte basta apenas ter um computador e estar ligado a rede para acessar o meio. Outra vantagem é que se pode ouvi-la em qualquer parte do mundo. É na Internet que artistas novos acham espaço para mostrarem os seus trabalhos. A maneira de interação também mudou. A interatividade é feita através de cartas enviadas a rádio, por e-mail, por telefonemas, por mensagem de celular, pelo messenger e até pela rede de relacionamento “orkut”. As pessoas também podem enviar mensagens e pedidos de músicas através da comunidade da rádio ouvida.

Outra vertente também desse sistema digital é o rádio digital. O Ministério das Comunicações ainda estuda o melhor padrão para ser implantado no Brasil. Entretanto, o ministro Hélio Costa já mostrou o interesse pelo padrão americano Iboc (In-Band-On-Channel).

Algumas emissoras já fizeram o teste e verificaram a demora de envio dos sinais digitais. Esse atraso chega a 8 segundos. A proposta deste padrão é levar ao ouvinte um som de qualidade melhor, como se o mesmo estivesse escutando um CD. Outra possibilidade é um segundo canal independente que possibilitaria a inserção de mais informações em tempo real.

Segundo o ministro das comunicações, Hélio Costa, o padrão também permitiria a transmissão dos sinais analógicos e digitais ao mesmo tempo. Desta forma, as emissoras teriam o tempo necessário para se adaptarem ao novo sistema de rádio digital. Mas o ministro ainda não bateu o martelo para nenhum dos padrões de sistema digital exis-

tentes. O mais provável a ser aceito é Ibo mesmo. Com relação aos conversores digitais, o ministro afirma que os aparelhos seriam acessíveis a todos. Entretanto, temos visto variados preços envolvendo os conversores. Os valores vão desde a R\$ 300 a R\$ 1.500.

6. Referências Bibliográficas

- AQUINO, Sabrina Brognoli d'. *Perspectivas do Radiojornalismo e do Rádio Informativo na Internet*. Trabalho apresentado no Núcleo de Mídia Sonora, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003. Disponível em: www.intercom.org.br. Acesso em: 16 de janeiro de 2008.
- AZEVEDO, Djalma Alves. *A imprensa do Brasil nasceu em Minas Gerais*. Belo Horizonte: Armazém de Idéias, 2000.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. 3º ed. São Paulo, Ibrasa, 1972.
- BARBERO, Heródoto & LIMA, Paulo Rodolfo. *Manual de radiojornalismo. Produção, ética e internet*. Rio de Janeiro: Campus, 2001
- CARVALHO, André e MARTINS, Kao. *Habla, Señor. Um homem chamado Januário*. Belo Horizonte: Armazém de Idéias, 1992
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999
- CÉSAR, Cyro. *Rádio, a mídia da emoção*. São Paulo, Summus, 2005.
- CHANTLER, Paul & HARRIS, Sim. *Radiojornalismo*. Tradução Laurindo Lalo Leal Filho. São Paulo: Summus, 1998.
- CUNHA, M.R.. *Rádio e Internet: o Encontro de Duas Grandes Invenções*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004. São Paulo: Intercom, 2004. Disponível em: www.intercom.org.br. Acesso em: 03 de março de 2008.
- DIZARD, Wilson. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*. Tradução Edmond Jorge. 1ª edição. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. Editora perspectiva: São Paulo, 1998.
- ELIAS, Norbert. *Sobre o tempo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
- FREDERICO, Maria Elvira Bonavit. *História da Comunicação Rádio e TV no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982.
- FERRARETO, Luiz Artur & KOPLLIN, Elisa. *Técnica da redação radiofônica*. Porto Alegre: Sagra DC Luzatto, 1992.
- FERRARETTO, Luiz. Artur. *Rádio - o veículo, a história e a técnica*. Rio de Janeiro: Sagra, 2000.
- FERRARI, Pollyana. *Jornalismo Digital*. São Paulo: Editora Contexto, 2003.
- HERREROS, Mariano Cebrián. *La Radio en La Convergencia Multimedia*. Barcelona, Editorial Gedisa: 2001.

- JUNG, Milton. *Jornalismo de Rádio*. São Paulo, Editora Contexto, 2005.
- LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*. São Paulo: Ática, 1998.
- LEMOS, André. *Cultura das Redes: ciberensaios para o Século XXI*. Salvador: Edufba, 2002.
- LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. São Paulo: Editora 34, 2001
- LIMA, Luis Costa (org.) *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- MACHADO, Elias. - *O Ciberespaço como Fonte para os Jornalistas*. Salvador : Calandra, 2003.
- MEDITSCH, Eduardo. *A Rádio na era da informação*. Coimbra, Minerva Editora, 1ª edição, 1999.
- MARTINS, Fábio. *Senhores ouvintes, no ar... A Cidade e o Rádio*. Belo Horizonte: Editora C/ Arte, 1999.
- MARTIN-BARBERO, Jésus. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.
- MCLEISH, Robert. *Produção de rádio: Um guia abrangente da produção radiofônica*. São Paulo: Summus, 2001.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. Tradução: Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MOREIRA, Sônia Virgínia. *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro, Rio Fundo, 1991.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massa no século XX*. Rio de Janeiro, Forense, 1967.
- MURCE, Renato. *Bastidores do Rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje*. Rio de Janeiro: Imago, 1976.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.
- PARADA, Marcelo. *Rádio: 24 horas de Jornalismo*. 1ª edição. São Paulo: Panda, 2000.
- PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de Radiojornalismo da Rádio Jovem Pan*. Brasiliense, 1986.
- PRADO, Emílio. *Estrutura da Informação Radiofônica*. São Paulo: Summus, 1999
- PRADO, Magaly. *Produção de Rádio*. São Paulo: Campus, 2006.
- PRATA, Nair. *A história do rádio em Minas Gerais*. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte-MG, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2003. Disponível em: www.intercom.org.br . Acesso em: 15 de abril de 2008.
- RODRIGUES, Luiz Pedro. *Show do Rádio: pessoas e fatos ligados ao rádio de Minas Gerais*. Belo Horizonte: Armazém de Idéias, 2º ed, 2005.

SAMPAIO, Mário Ferraz. *História do Rádio e da TV no Brasil e no Mundo*.

SOUSA, Jésus Barbosa de. *Meios de Comunicação de Massa: Jornal, Televisão, rádio*. São Paulo: Scipione, 1996.

TAVARES, Reynaldo. *Histórias que o rádio não contou*. São Paulo: Negócio Editora, 1997.

VAMPRÉ, Octávio Augusto. *Raízes e evolução do rádio e da televisão*. Porto Alegre, FEplan/RBS, 1979.