



90 ANOS DO RÁDIO NO BRASIL¹

Luciano Victor Barros Maluly²

RESUMO: Este ensaio relembra os principais momentos dos 90 anos de rádio no Brasil, assim como coloca observações sobre o atual modelo aplicado e transmitido pelas emissoras. O texto também revela perspectivas e tendências para o processo em multimídia da mesma forma que reforça antigas discussões, como a função educativa ou a abertura da radiodifusão do Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: *90 anos do rádio no Brasil; História do rádio no Brasil; rádio; radiojornalismo.*

¹ Texto reproduzido do Jornal da USP.

² Doutor em Ciências da Comunicação e professor de radiojornalismo, ambos na ECA-USP. E-mail: lumaluly@usp.br

Introdução

Os discursos do Presidente Epitácio Pessoa e os trechos de *O Guarani*, de Carlos Gomes, transmitidos durante exposição comemorativa do Centenário da Independência no Rio de Janeiro, em 7 de setembro de 1922, deram início à experiência tecnológica que modificou os padrões de comportamento da sociedade brasileira. Surgia, oficialmente no país, o meio de comunicação de massa que conduziu o destino da cultura nacional, no início pelo ideal educativo, fomentado por Edgard Roquette-Pinto, considerado o “Pai do Rádio no Brasil”, e, em seguida, pelos interesses comerciais e políticos.

Em pouco tempo, o rádio passaria a acelerar e a integrar o cotidiano da população. Já era impossível ficar à margem dos acontecimentos, assim como das tendências reveladas pelos programas jornalísticos e de entretenimento, com destaque para o humor, a radionovela, a publicidade e, principalmente, a música. Os lares contariam com um novo aparelho e outros personagens. Ouviam-se desde as cantoras do rádio, os discursos do Presidente da República, em especial Getúlio Vargas, os jingles inesquecíveis até as notícias da Segunda Guerra Mundial, por meio do Repórter Esso e do Grande Jornal Falado Tupi.

Um novo tipo de brasileiro começou a se formar entre os anos de 1930 a 1950. Era o sujeito antenado aos padrões oferecidos pela chamada Indústria Cultural. Gostava tanto de música brasileira quanto às de língua inglesa; valorizava tanto os fatos relacionados à política local quanto aos assuntos externos. Foi assim que a Rádio Nacional do Rio de Janeiro conquistou o espaço de importância hoje comparado ao poderio da Rede Globo.

O nascimento da televisão no país com a TV Tupi, em 18 de setembro de 1950, transformou a estrutura dos meios de comunicação. O avanço da tecnologia trouxe a transmissão em diversas frentes, por meio do áudio e da imagem. Com isso, as emissoras de rádio (para a sobrevivência), de um lado, se associaram à indústria fonográfica e da informação, com a reprodução do conteúdo exibido pela TV, e, de outro, buscaram novas fórmulas para atrair o público, como no caso da prestação de serviços. Nas décadas seguintes, diversos fatores, entre eles, o surgimento do transistor,

o fortalecimento do FM, a viabilidade outras modalidades de emissoras, como as livres e comunitárias (sem esquecer do rádio-amador) e a consolidação da Internet também permitiram ao rádio estabelecer novos vínculos com a sociedade, possíveis com a conexão de vários locais e pelo aprimoramento do som.

As modificações tecnológicas e de conteúdo permitiram a fácil adaptação aos meios digitais no século XXI. Já é possível acessar o rádio por meio de uma variedade de aparelhos, inclusive com conteúdos sendo oferecidos em multimídia, com fotos, vídeos, textos, canais de discussão e, é claro, áudio. Em contrapartida, a concorrência aumentou com a passagem para o digital, fazendo com que as estações se consolidassem como instituições de interesse público, muito além de simples canais de transmissão.

Esse impacto determinou o surgimento de novas formas de gestão em rádio, como as observadas em algumas emissoras educativas e comunitárias, que se consolidaram (e são administradas) como pontos de cultura. Principalmente no interior do Brasil, as estações, inclusive as comerciais, são planejadas como espaços de discussão, conduzindo à rádio com o mesmo grau de importância, por exemplo, das câmaras municipais. Para isso, mantêm, como carro-chefe, o gênero *debate*, com temas relacionados ao cotidiano local, inclusive com a intensificação desse formato em épocas de eleições.

A atual conduta das emissoras permitiu o aumento da receita, com a diversificação das atividades como mídia sonora. Desta forma, são oferecidos trabalhos em áudio, com serviços destinado às produções (gravação e edição) de materiais para cinema, televisão, eventos (artísticos e empresarias), entre outros, inclusive políticos, como os comícios. Também a promoção de eventos artísticos e esportivos é uma fonte tradicional de captação de recursos, com destaque para apresentações musicais e jogos de futebol.

As emissoras e, por conseguinte, os comunicadores também organizam cursos como as denominadas *Escolas de Rádio*, em que oferecem oficinas sobre radialismo e jornalismo. Com isso, as relações com as escolas, em especial as universidades, se estreitaram, com as estações oferecendo espaços para a transmissão de programas elaborados pelos estudantes. Neste contexto, o trabalho das rádios universitárias se destaca, com projetos relacionados ao ensino do rádio, como os programas

Universidade 93,7 e Trilhas & Rollos, este coordenado pelo professor Eduardo Vicente, que são produzidos na Escola de Comunicações e Artes e transmitidos pela Rádio USP.

A presença do rádio como meio de divulgação científica é um fator essencial para a construção da sociedade. Na Universidade de São Paulo, diversos projetos de pesquisa e extensão chegam à comunidade por meio do rádio, com destaque para os trabalhos em Educomunicação e Saúde Pública, por iniciativas dos professores Ismar de Oliveira Soares (ECA) e Paulo Rogério Gallo (FSP), respectivamente.

Muitos problemas ainda cercam o meio, como a política de radiodifusão, por exemplo, para as concessões de canais de rádio e televisão, e a própria abertura das emissoras, que ainda possuem poucos canais de integração com o público. Esses temas são amplamente discutidos em eventos acadêmicos e nas jornadas pela democratização da mídia no Brasil, mas continuam sendo um entrave para o desenvolvimento do setor. Essa estagnação mantém o poderio de alguns políticos, religiosos e comunicadores que utilizam o microfone para interesses duvidosos, como os observados durante os regimes autoritários na Europa durante a Segunda Guerra Mundial, com reflexos na Era Vargas e *a posteriori* durante o Regime Militar, ou mesmo na atualidade, com a expansão do preconceito de cunho religioso e na proliferação do sensacionalismo e da superficialidade nos programas jornalísticos.

O principal desafio ainda é promover o conteúdo educativo a partir de uma perspectiva cidadã, como sempre destacaram as pesquisadoras Gisela Swetlana Ortriwano e Cicília Maria Krohling Peruzzo. O rádio construído como um espaço aberto para o diálogo e o conhecimento, com os comunicadores a priorizar os interesses dos ouvintes.