

O futuro do rádio na visão do empresariado brasileiro

Emanuel CARNEIRO¹

Resumo

Partindo de uma aproximação à história da radiodifusão brasileira, a palestra do presidente da Abert, Emanuel Carneiro, discute o cenário atual e as perspectivas do rádio no Brasil. Sob o olhar das tecnologias e dos dispositivos, o texto debate a necessidade de atualização do veículo e dos profissionais que nele atuam para seu fortalecimento no mercado atual. Com essa fala, academia e mercado de trabalho dialogam na busca pela compreensão dos caminhos a serem seguidos pela audiência e pelos produtores e gestores de conteúdo e de políticas públicas.

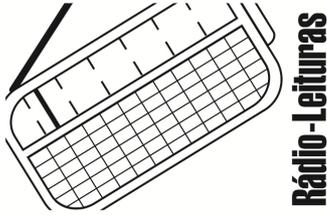
Palavras-Chave: Futuro do rádio; Mercado de radiodifusão; Desafios tecnológicos

117

Boa tarde a todos. Estou muito feliz em estar aqui em Recife, a plateia tem outros estados, mas Pernambuco é um estado especial e principalmente para nós mineiros que ficamos entre as montanhas, quando enxergamos o mar fica tudo diferente, parece que mudamos de planeta.

Como me foi passado o tema sobre o futuro do rádio na visão do empresariado brasileiro, eu tenho que voltar um pouquinho ao passado, sem querer ser nostálgico, mas para chegar até os dias atuais. O rádio brasileiro vai completar, em 2012, 90 anos no ar. Ele começou em 1922 numa solenidade no Rio de Janeiro, o Brasil estava comemorando o centenário da independência e tudo mais. Quando isso ficou assim como verdade absoluta, os pernambucanos, como sempre muito orgulhosos de suas coisas, apresentaram uma documentação farta, dizendo que a Rádio Clube de Pernambuco começou em 1919, três anos antes dessa experiência no Rio de Janeiro. Vocês sabem disso aqui, os pernambucanos, né?

¹ Presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) e presidente da Rede Itatiaia. abert@abert.org.br



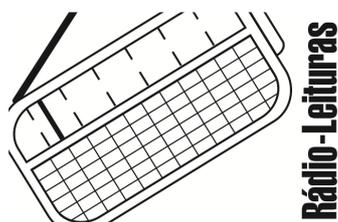
O futuro do rádio na visão do empresariado brasileiro

Emanuel Carneiro

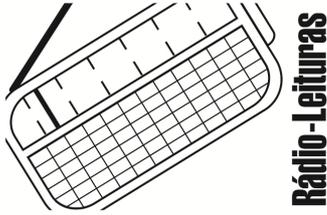
Mas nós vamos fazer o congresso da Abert em 19, 20 e 21 de junho, em que nós vamos resgatar a memória, esse passado, tudo o que o rádio representou até aqui, em serviços prestados ao Brasil. Tem uma história que o rádio no Brasil é o pai e a mãe da televisão, enquanto nos Estados Unidos a mãe ou o pai da televisão foi o cinema. Vou explicar rapidinho essa história: nos Estados Unidos eles já tinham, entre os anos de 1948 e 1950, um acervo enorme de filmes e quando começou a televisão eles simplesmente colocaram os filmes no ar e começaram a produzir séries para a televisão. Aí vocês se lembram do “Rim Tim Tim” e tudo mais e isso é o começo da televisão nos Estados Unidos. No Brasil foi diferente, não tínhamos filme para colocar na televisão e se colocasse filme americano, quem é mais antigo lembra-se, tinha o letreiro em baixo e as televisões não eram bem ajustadas, você acabava não vendo a frase toda. E o que é que a TV brasileira fez? Buscou no rádio os seus grandes nomes. Estes que estão no ar, e uns que já se foram, como Jota Silvestre, Chacrinha, Flávio Cavalcante, Chico Anísio, Eron Domingues... Esse pessoal todo veio do rádio para a televisão e o rádio sofreu um esvaziamento, mas depois se recuperou. Esta é uma história que é cíclica e o rádio, nesse momento, eu diria que está vivendo um período muito bom.

No Brasil também teve mais dois pontos, na minha opinião muito fortes: primeiro ele levou a música brasileira ao país inteiro. Inicialmente foram os grandes nomes da época, como Orlando Silva, Sílvio Caldas, Carmem Miranda, Elisete Cardoso e depois vieram outros. Por isso que nós somos um país musical, e o Brasil é primeiro mundo em música, sim! Com toda a concorrência internacional, isso se deveu muito ao rádio. Uma outra coisa foi que a linguagem transmitida principalmente pelas rádios do Rio de Janeiro, Rádio Nacional, Rádio Tupi, Rádio Mayrinck Veiga. Ela se tornou uma linguagem nacional. Tanto é que o brasileiro fala, com pequenas diferenças, igualzinho, do Oiapoque ao Chuí. Então, o rádio tem muita história, muita coisa para contar e que nós queremos resgatar nesses 90 anos.

Agora vem a história do futuro do rádio. A cada momento em que apareceu uma concorrência muito forte para o rádio, ele pode se virar, repensar a sua vida e aí



vem a história do rádio portátil, rádio no automóvel, do FM estéreo, das emissoras com maior potência, das transmissões internacionais que começaram pelo rádio, tudo isso fez com calma, paciência e nesse momento está em cima de um grande desafio. Onde o rádio vai se inserir nas novas mídias que foram mostradas aqui amplamente, de Internet, de iPhone, de Web e tudo mais. Então, eu vou dizer o seguinte: eu sou diretor de uma emissora de rádio em Belo Horizonte, que comanda uma rede de emissoras via satélite em Minas, a Rádio Itatiaia, com mais de 60 emissoras, já tem as próprias e também as afiliadas. O rádio hoje não está mais só no receptor, no pequeno radiozinho de cabeceira. Ele está na Sky, na Net, Via Embratel, no iPhone e principalmente na internet. A resposta que vem da Internet é cada dia maior e como nós transmitimos muito jornalismo, muito futebol, você pega o seu ouvinte no mundo inteiro, pega ele no iPhone. Então, sem que o rádio provocasse, isso aconteceu de uma forma até natural e ele está sendo beneficiado. Quando chegou a Internet se pensou: “bom, agora o rádio acaba”. Como um professor falou anteriormente, muitos já mataram o Gutemberg muitas vezes, disseram que ia acabar a imprensa. O Marconi também já foi assassinado um milhão de vezes, diziam que o rádio ia acabar. Não é assim não. E uma outra coisa que está também muito clara: vocês aqui de Recife estão percebendo porque está acontecendo em todas as cidades médias e maiores no Brasil, é que cada vez mais, para percorrer a distância entre a sua casa e o trabalho, a escola ou a praia, você está gastando mais tempo no trânsito. Não existe concorrência para o rádio no automóvel, você não pode ler jornal, não pode ter televisão, pode no máximo olhar o GPS. Na região metropolitana de Belo Horizonte, só na cidade de BH, nós já temos 1 milhão e 230 mil carros emplacados e hoje não existe, praticamente, carro que não venha com rádio. Então esse problema que está havendo no trânsito acaba trazendo um benefício para o rádio. É assim a nossa vida, nós não perdemos a audiência, pelo contrário, o rádio continua muito presente na vida dos brasileiros. Agora tem um grande assunto que a professora Nelia Del Bianco, com quem eu estava conversando há pouco, vai falar, que é sobre o rádio digital. Ela está muito ligada a isso e eu, sem querer atropelar, vou só antecipar uma opinião, porque o pessoal do



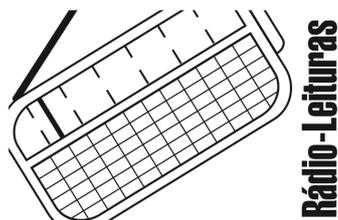
O futuro do rádio na visão do empresariado brasileiro

Emanuel Carneiro

nosso meio, aqueles que são empresários da radiodifusão, estão assustados com a novidade que vem com o rádio digital e tudo mais.

Eu, quando o telefone celular passou de analógico para digital, praticamente não vi acontecer muita coisa, e quando a TV passou de preto e branco para a cores eu não vi a televisão perder. Esse susto que estamos vivendo nesse momento é também muito culpa do governo que não define qual será o sistema que vamos escolher para o rádio digital no Brasil. Existem hoje dois pólos, um europeu, outro americano, o IBM e o IBOC. Há anos isso vem sendo debatido e toda essa discussão foi reaberta com o governo colocando novos testes que serão feitos para se definir qual será o modelo brasileiro. Enquanto isso não acontece, lá se vão anos. O que aconteceu com a indústria que fabrica rádios? Ela parou, ela não pode lançar um modelo que seja para receber o modelo americano ou europeu porque isso não está decidido e se alguém quiser comprar um rádio portátil não vai encontrar, é difícil, os rádios pararam de ser fabricados já há alguns anos no Brasil. Os torcedores levavam para o estádio, ele desapareceu. Estavam vendendo esses rádios da china a cinco reais na porta do estádio, mas isso é para ouvir o primeiro tempo do jogo, no segundo ele já está chiando.

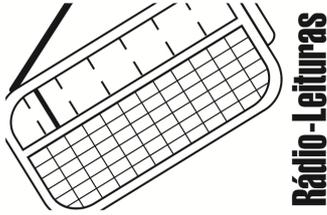
O que estou vendo, no caso do rádio, é que está todo mundo achando que o digital vai resolver tudo. Eu defendo sempre a ideia de que o que vai fazer a audiência não é o digital, é o conteúdo. Ele é que vai decidir se você vai escolher uma rádio ou não. As rádios musicais estão tendo uma concorrência muito forte porque enquanto o digital não chega com uma qualidade melhor, cada garoto está fazendo a sua rádio. Ele pega um aparelhinho, põe 300 músicas ali, é aquele grava, regrava e acaba fazendo a sua emissora própria e isso é muito ruim para nossa audiência. Porque? Porque nós enquanto está essa divergência de modelos, estamos interrompendo o hábito de ouvir rádio, que passava de pai para filho. A garotada está indo para outros caminhos. Eu conto sempre uma história que é a seguinte: Belo Horizonte nos anos 20, 30, 40 tinha turfe, corrida de cavalo, aí eles pararam as corridas, venderam o espaço do jôquei para a polícia militar e iam construir outro jôquei no caminho do aeroporto. Isso demorou



de 15 a 20 anos. Acabou o hábito do turfe e eles não recuperaram mais. Hoje quem vai a Belo Horizonte, onde é o centro administrativo, era o Jóquei Clube Serra Verde, em Minas Gerais.

Sobre o rádio digital, eu vejo o governo ter esse cuidado de escolher o melhor sistema, porque o americano não funciona, o AM não funciona, e isso e aquilo. Isso até é elogiável. Eu tinha uma celular, da Vivo, em Belo Horizonte, que era analógico, um celular um pouquinho maior que os atuais. Aí a Vivo falou comigo: “você é bom cliente nós vamos passar o seu celular...”, conversa fiada de operadora, ela dá com uma mão e toma com cinco mãos, “...você vai passar a usar agora um celular digital.”. Eu achei péssimo, onde eu falava normal com o analógico passei a ter dificuldade em falar com o digital. Eu falei: “não quero isso”. Mas aí disseram: “agora não tem jeito”.

Passei a conviver com essa situação. Passou um tempo, e aí o digital funciona perfeitamente em qualquer lugar. O que aconteceu, na minha opinião, é que os fabricantes introduziram novas técnicas e o digital veio para ficar. Estou imaginando que no caso do digital no rádio pode ser que nós tenhamos problemas no início, como o americano está tendo nesse momento, principalmente com o AM. Eu até posso dizer, por ter constatado pessoalmente, de ter rodado com o digital FM, ele funciona perfeitamente nos três canais. Eu tinha a impressão que o primeiro canal era o melhor, o segundo era o mais ou menos e o terceiro era o pior. Não. São todos iguais, com a mesma cobertura e eu tenho a impressão que o americano vai robustecer o sinal do AM, vai conseguir alguma solução e o digital vai funcionar no rádio, mas não será a solução para o rádio. O que eu temo é que essa interrupção na fabricação, essa indecisão possa trazer um prejuízo muito maior pra nós, de agora para frente. Eu já tenho neto entre 13 e 14 anos e ele não está ouvindo rádio. Ele está ouvindo Ipod, outras coisas, não se liga no rádio, porque ele não vai ficar esperando uma rádio musical, jovem, tocar a música que ele quer, tem que ligar para a rádio, esperar, a sua música ser a mais votada, ter que ficar esperando a música voltar, ela não volta...



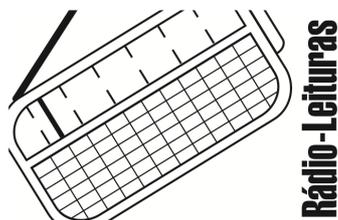
O futuro do rádio na visão do empresariado brasileiro

Emanuel Carneiro

Então, é um processo que o rádio vai ter que enfrentar: recuperar o público jovem que está perdendo nesse momento.

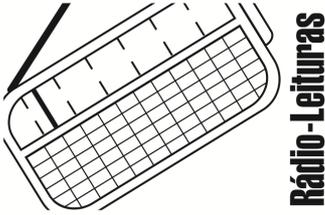
Houve uma reunião muito importante em Brasília, nos últimos dias em que os donos dos sistemas, o americano e o europeu, fizeram uma exposição. Depois vieram as autoridades do governo, deram a sua palavra, a sua avaliação e eu penso que nós estamos muito perto de ter essa novidade no rádio brasileiro, que vai ajudar, mas não vai resolver. O que eu insisto, tenho falado com companheiros, a gente faz reuniões mensais da Abert, com o conselho de rádio, muitos radiodifusores estão desanimados com a perspectiva do AM. Foi feita uma proposta ao governo para que a faixa de AM passasse para o FM, foi uma proposta aprovada por todas as associações estaduais. É o que a gente está esperando ainda para esse ano, que possa acontecer essa definição do governo.

Para encerrar, fiquei impressionado com a quantidade e depois a qualidade de pesquisas que existem sobre o rádio, que o rádio tem representado até aqui, o rádio está vivo, está sendo consumido da mesma forma pelos brasileiros. Eu não tinha ideia de que havia tantos livros, tanta gente nas universidades, estudantes, professores, mestres, com essa característica que é dos brasileiros, de reconhecer as coisas e de ver o quanto o rádio foi importante até aqui na vida de gerações e gerações de brasileiros. Nós temos muita história para contar e vou deixar uma provocação aqui, no final da minha fala. Porque eu sou jornalista mesmo, eu gosto de cutucar aqui e ali. É o seguinte: existe uma pesquisa sobre a origem do rádio, alguém me falou no almoço,. Existiu um padre no Brasil, na época do Marconi, não sei se vocês já ouviram falar, mas vocês vão ouvir porque nós vamos falar isso nos 90 anos do rádio, é o padre Landel de Moura, gaúcho de Porto Alegre. Os gaúchos não tem só má ideia não, de vez em quando aparece uns gaúchos que tem boas ideias. O padre Landel de Moura, antes do Marconi, fez o desenho do rádio, da transmissão de rádio e patenteou isso nos Estados Unidos. Isso está muito bem documentado e inclusive já tem livros sobre o padre Landel de Moura que mostram que ele fez o desenho da transmissão e do receptor do rádio muito antes do que o Marconi. Outro dia encontrei um companheiro que está



Ano II, Num 02
Edição Julho – Dezembro 2011
ISSN: 2179-6033
<http://radioleituras.wordpress.com>

em cima desse assunto, ele é o diretor executivo da Abert, foi reitor da Universidade do Paraná, ele falou: “olha Emanuel, é muito mais fácil o Brasil provar que padre Landel de Moura inventou o rádio, do que provar que o Santos Dumont inventou o avião. Porque, sobre o Santos Dumont existem contestações dos americanos e tudo mais, mas, sobre o que o padre Landel de Moura deixou documentado não há a nenhuma dúvida de que saiu de um brasileiro a ideia de inventar o rádio”. Então, em nome do padre Landel de Moura nós temos que fazer um dos melhores rádio do mundo e certamente o Brasil é primeiro mundo no rádio. É o segundo rádio comercial no mundo, em número de estações, de receptores e nós temos que cuidar com muito carinho desse veículo mágico que está no coração de todos nós brasileiros e que a gente quer preservar durante muitos e muitos anos. Muito obrigado a todos, foi uma honra estar aqui.



O futuro do rádio na visão do empresariado brasileiro

Emanuel Carneiro

Abstract

Starting from an approach to the history of Brazilian broadcasting, the lecture of the president of Abert, Emanuel Carneiro, discusses the current situation and prospects of radio in Brazil. Under the perspective of technologies and devices, the text discusses the need to update the vehicle and professionals working in it to strengthen it on the market today. With this speech, academic and market dialogue in the search for understanding the paths to be followed by the audience, producers and content managers, besides public policy.

Key Words

Radio future; Broadcast market; Technological Challenges

Resumen

Partiendo de un acercamiento a la historia de la radiodifusión brasileña, la conferencia del presidente de Abert, Emanuel Carneiro, discute el escenario actual y las perspectivas de la radio en Brasil. Desde la mirada de las tecnologías y de los dispositivos, el texto debate la necesidad de actualización del medio y de los profesionales que en él actúan para su fortalecimiento en el mercado. Con esa charla, academia y mercado dialogan en la búsqueda por la comprensión de los caminos a seguir por audiencia, productores y gestores de contenido, y de las políticas públicas.

Palabras Clave:

Futuro de la radio; Mercado de radiodifusión; Desafíos tecnológicos