

## ENTREVISTA

**ANTÔNIO FRANCISCO (DINO) MAGNONI**

*Por: Aline Cristina Camargo e Luciane de Fátima Giroto Rosa*



“O rádio foi sempre visto como um veículo democrático (...) E se a gente for pensar, alguns fatores no percurso do rádio no Brasil foram um tanto quanto acidentais, mas decisivos”.

### **Experimentações do rádio no Brasil: tecnologias, processos e linguagem**

O rádio tem em sua essência a capacidade de modificar-se, seja no que diz respeito à tecnologia, aos processos ou à linguagem. As primeiras experiências do veículo no Brasil datam do início do século XX. Ferraretto (2018)<sup>53</sup> destaca demonstrações públicas muitas vezes ignoradas, como a da Telefunken na Bahia em 1911 e a da Marconi Co. na Ilha das Cobras, no Rio de Janeiro, em 1920. O autor indica também iniciativas do

<sup>53</sup> FERRARETTO, Luiz Artur. O rádio antes do rádio: o Brasil como mercado para a indústria eletroeletrônica (1910-1920). *Conexão – Comunicação e Cultura*, Caxias do Sul: UCS, v. 17, n. 33, p. 145-164, jan./jun. 2018. Disponível em: [www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/182116/001076652.pdf?sequence=1](http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/182116/001076652.pdf?sequence=1). Acesso em: 24 dez. 2022.

padre Roberto Landell de Moura ainda na virada do século 19 para o 20. Atribuídas a diversos pioneiros em diferentes regiões do país, as experimentações contribuíram para a consolidação do rádio.

Tais experimentações e inovações, a partir das tecnologias digitais, fazem do rádio, hoje, um dos veículos mais consumidos pelos brasileiros. Atualmente, 80% dos brasileiros ouvem rádio<sup>54</sup>, entendido agora não mais como o suporte, mas sim a partir da linguagem da mídia sonora, consumida seja pelo aparelho tradicional, seja nos smartphones ou nos computadores.

É sobre isso que conversamos com o pesquisador Antônio Francisco Magnoni, o Dino, professor do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMIT) da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC/UNESP), de Bauru, onde lecionou radiojornalismo para turmas de graduação por 20 anos.

**Aline e Luciane:** Como era sua relação com o rádio antes de ser um pesquisador do rádio? O rádio tem bastante essa questão afetiva com seus ouvintes, quais são as suas lembranças?

**Dino Magnoni:** Primeira coisa, eu sou velho, velho e rural. Eu nasci em 1959. E como rural e pobre a gente não tinha acesso. Entrei em uma escola rural que literalmente caçava alunos para fazer as turmas. Entrei na escola com cinco anos e meio e, ironicamente, eu já estava alfabetizado, pois meu avô, embora fosse um homem roceiro, tinha um pouco mais de dinheiro e assinava uma revista na época chamada “Família Cristã” e o “Estadão”.

Assim como muitas pessoas da minha geração, o primeiro veículo de fato ao qual eu tive acesso foi o rádio. Porque,

por exemplo, embora meu avô tivesse jornal, ele morava a uma certa distância da cidade, então demorava algumas semanas para os jornais e as revistas chegarem. O veículo que me alcançava era o rádio, em termos de informação e de música.

Eu lembro que meu pai comprou o primeiro aparelho de rádio em 1963. Para comparar, a primeira televisão a gente foi ter só em 1979, que era uma televisão à bateria.

Então posso dizer que tudo aquilo que moldou o meu gosto musical, o interesse pelo jornalismo, por algumas variedades, mesmo a curiosidade por alguns produtos advindos da publicidade, tudo veio do rádio.

<sup>54</sup> Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/estudos-type/inside-radio/>. Acesso em: 22 out. 2022.

**Aline e Luciane: Quais as principais mudanças que você apontaria nessa transição do rádio tradicional para o rádio com a presença digital?**

**Dino Magnoni:** Eu acho que a primeira grande mudança no rádio não aconteceu com o digital. Ela aconteceu justamente na transição do rádio AM para a FM. No final do Governo Sarney, ele queria expandir o mandato e ele conseguiu ficar cinco anos. Depois ele conseguiu convocar as eleições e em 1989 disputaram Lula e Collor, e o Collor foi o eleito. Um dos artifícios para expandir o mandato foi, como sempre, a distribuição de concessão de rádios para os Estados, pelos rincões brasileiros, e, naquele momento, as concessões que tinham disponíveis eram todas em Frequência Modulada.

Então aqui houve uma expansão tremenda do FM no final dos anos 80. E em muitas localidades que nunca haviam tido uma emissora de rádio, passou a ter uma em Frequência Modulada. O FM, como tecnologia, já existia desde a segunda metade dos anos 30 e começa a ter emissoras com Frequência Modulada no pós-Segunda Guerra Mundial, principalmente nos Estados Unidos e um pouco na Europa. Mas aqui no Brasil, até o início dos anos 70, a Frequência Modulada era usada como link para transmitir dados das emissoras até as antenas, não era utilizada como um sistema de

transmissão aberto. Já a partir dos anos 70, a transmissão com Frequência Modulada e as concessões foram usadas (*impulsionando a expansão do setor*).

Naquela época, o FM foi moldado para o público jovem da classe urbana, que era o público que tinha dinheiro para comprar o receptor que tivesse AM e FM, ou um adaptador que já tivesse o AM. Em 1967, a Philco, que era uma empresa holandesa, começou a fabricar, na Zona Franca de Manaus, o (*aparelho receptor com*) transístor, com nove faixas de ondas, em que se tinha AM, ondas curtas e FM. Só que essa tecnologia, na época, era quase tão cara quanto um aparelho de televisão. Então a Frequência Modulada ainda estava restrita aos grandes centros, às grandes cidades.

A popularização do FM se deu exatamente a partir do final dos anos 80 com este episódio da expansão do mandato do Sarney. E com isso surgiu uma infinidade de novas concessões. Então, a explosão do FM no interior se deu por duas razões: a concessão de rádios e o barateamento da tecnologia que nos anos 80 já se tornou bem mais acessível. E no começo dos anos 90, começam a entrar os primeiros aparelhos portáteis chineses, japoneses, aparelhos pequeniníssimos e muito eficientes, bem como bastante acessíveis, baratos. Então ocorre a explosão do rádio de pilha, o acesso ao rádio de pilha e o FM vai popularizar

sucessos da música sertaneja, por exemplo, o samba e até o iê-iê-iê nacional.

Para pensar a popularização e o desenvolvimento do rádio eu destacaria, antes da digitalização, essa mudança do rádio AM para a FM. A digitalização, na verdade, representou uma mudança na distribuição dos conteúdos, o rádio não linear, diferido, continua sendo rádio. Quer dizer, as exigências, as características da linguagem são as mesmas.

**Aline e Luciane: A novidade mesmo está na distribuição, não tanto na produção?**

**Dino Magnoni:** Sim. Esta é a novidade. O rádio em tempo real desaparece. É o rádio diferido, não linear. O sujeito consome no tempo dele, quando ele pode. Ele não consome mais em aparelho de rádio. Na verdade, o grande receptor universal se torna o *smartphone*.

**Aline e Luciane: O rádio, se formos comparar com outros veículos, é bastante democrático. Você pensa que essa característica pode ser apontada como uma das razões para o rádio permanecer tão forte até os dias de hoje?**

**Dino Magnoni:** O rádio foi sempre visto como um veículo democrático, primeiro porque não exige que a pessoa saiba ler, que tenha a mínima condição de leitura,

e também por ser um veículo mais barato em termos de produção. E se a gente for pensar, alguns fatores no percurso do rádio no Brasil foram um tanto quanto acidentais, mas decisivos. Por exemplo, o cenário da pandemia aumentou a audiência do rádio, as pessoas ficavam confinadas em casa e ouviam rádio enquanto realizavam outras tarefas, como cuidar da casa ou trabalhar.

Na verdade, o rádio, desde o início, foi um veículo mais tolerado em ambiente de trabalho. Não tinha um retireiro, um tirador de leite que não tivesse um rádio pendurado na mangueira do curral onde estava tirando leite, ordenhando. Se você for olhar os guardas noturnos, os motoristas, mesmo os taxistas, enfim, as pessoas que estão no trânsito e mesmo no ambiente fabril, o rádio sempre foi comum. Em empresas grandes também tinha um tipo interno de rádio. Ou seja, ele sempre serviu de música de fundo.

Tem também a visão que só alguém que conhecia o Brasil como (*o pioneiro do rádio Edgard*) Roquette-Pinto poderia considerar. Ele, na posição de médico militar, jornalista, ativista cultural e educador, teve a percepção de que o Brasil, como um país continental, teria no rádio um grande contribuidor para uma certa unidade nacional, uma primeira ideia de identidade do que era ser brasileiro.

Inclusive, é importante salientar que o

chamado centenário do rádio, ao contrário do que muitos pensam, não acontece este ano (2022). Porque, na verdade, já havia iniciativas desde 1919.

**Aline e Luciane: O que você imagina como sendo um cenário do futuro da produção e do consumo do rádio no Brasil?**

**Dino Magnoni:** É importante observar que todos os veículos que migraram para a internet sofreram um efeito em comum, que foi o declínio de recursos a partir da mudança do financiamento publicitário, daquilo que se via nos veículos tradicionais impressos, analógicos e eletrônicos.

A gente vê que muitos veículos surgiram, nas diversas linguagens, não só na mídia sonora, e aumentaram a abrangência, mas não aumentaram a remuneração. Inclusive, muitos nem sequer conseguem sobreviver, nem sequer conseguem se manter no mercado. Eu penso que o desafio mais iminente é pensar em estratégias de modelos de negócio, uma vez que já se viu que audiência não se traduz em remuneração. A maioria do público quer ter acesso à informação, mas não quer pagar por ela. Ou não pode pagar por ela. O que a gente vê é o consumo cada vez mais fragmentado, o acesso ao

conteúdo se dá por diferentes plataformas e repensar essas plataformas é necessário.

### Sobre o entrevistado

**Antônio Francisco Magnoni**, ou **Dino Magnoni**, como é conhecido por colegas e alunos, é jornalista e radialista. Professor aposentado do Departamento de Comunicação Social da FAAC-UNESP, onde lecionou a disciplina Radiojornalismo por mais de 20 anos.

**Dino Magnoni** é docente do Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMIT), Mestrado Profissional e Doutorado Acadêmico, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação-FAAC/UNESP de Bauru. Integra o grupo de pesquisa LECOTEC-Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologias e Educação Cidadã. É doutor em Educação pela Faculdade de Filosofia e Ciências (FFC-UNESP/ Marília) e tem pós-doutorado pela Universidad Nacional de Quilmes. É pesquisador e possui formação e experiência profissional em Jornalismo, Radialismo e Educação, nas áreas de Comunicação Educativa, Digital e Científica; em Política, Economia e Gestão da Informação Midiática; em Planejamento e Produção de Comunicação Escrita e Audiovisual para Sistemas Midiáticos.

---

#### >> Como citar este texto:

CAMARGO, Aline Cristina; ROSA, Luciana da Fátima Giroto. Experimentações do rádio no Brasil: tecnologias, processos e linguagem. Entrevista a Antônio Francisco Magnoni. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 14, n. 02, p. 78-82, jul./out. 2023.