

MIGRAÇÃO DO RÁDIO AM PARA O FM: ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO ESPORTIVA DA FUNDAÇÃO MARCONI

Émerson Justo¹

Nadia Couto²

RESUMO: Este artigo tem como objetivo identificar as mudanças na programação esportiva da Rádio Fundação Marconi com a migração do espectro AM para o FM. Para verificar as alterações foram analisados os programetes esportivos do veículo antes e após a troca de dial e entrevistados dois profissionais da empresa, sendo o gerente administrativo e o narrador esportivo. Com a qualidade sonora superior do FM, trilhas e vinhetas foram modificadas, tendo também a finalidade de atrair um público mais jovem. Da mesma forma, as redes sociais da emissora foram remodeladas e a jornada esportiva adaptada para compor o aumento das interações dos ouvintes. O maior alcance de espectadores atraiu mais anunciantes e, consequentemente, trouxe mais lucro à empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Migração AM-FM. Programação esportiva. Rádio Fundação Marconi.

1. INTRODUÇÃO

As emissoras de rádio surgiram no Brasil na década de 1920 e desde então têm sido companheiras de muitas pessoas que buscam informações e entretenimento. Primeiramente por meio da amplitude modulada (AM), depois, a partir da década de 1950, com a frequência modulada (FM). O dial FM ajudou a qualificar o rádio brasileiro, principalmente trazendo mais qualidade sonora às transmissões.

O rádio recebeu autorização oficial do governo para veiculação de anúncios em 1932, mesmo período em que o Brasil começou a permitir concessões de canais a particulares. De acordo com Moreira (1991), esses fatores contribuíram para o crescimento da audiência do veículo, aliado ao barateamento dos equipamentos de recepção.

A Rádio Imprensa foi a primeira emissora da frequência modulada a surgir no Brasil, em 1955, porém, foi a Rádio Cidade FM a precursora de sucesso da faixa, quando adotou um estilo baseado em exemplos norte-americanos na década de 1970 (MOREIRA, 1991).

De acordo com Ferraretto (2001), nessa época inicia a segmentação, em que o estilo musical se concentrava nas emissoras FM e o jornalismo, o esporte e o serviço em veículos do AM. Nos anos 90 as rádios FM foram dando espaço para a notícia, até que surgiu a primeira

¹ Graduando em Jornalismo pela Faculdade SATC (2019). E-mail: emersonjusto.jornalismo@gmail.com

² Orientadora e professora do Curso de Jornalismo da Faculdade SATC. E-mail: nadia.acouto@gmail.com

emissora de frequência modulada voltada para o jornalismo em 1996, com a CBN FM, de São Paulo.

Prado (2012) afirma que o futebol popularizou o meio de comunicação. Ela relata que muitos pesquisadores creditam à editoria a responsabilidade pelo crescimento e desenvolvimento tecnológico do veículo. Desde a década de 1920 há indícios de que informações sobre esporte eram divulgadas no rádio.

Em 2009, devido à necessidade de melhorar as transmissões e colocar as emissoras de amplitude modulada “em condição de igualdade na disputa pela audiência, notadamente pela sua inserção em dispositivos móveis, fator essencial para a continuidade e modernização do serviço em tempos de convergência tecnológica” (DEL BIANCO; PRATA, 2018, p. 36), surgiu no Brasil a proposta de migração dos veículos de AM, em ondas médias de caráter local, para FM. A iniciativa foi uma recomendação da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

Segundo o site da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), das 1.781 outorgas de rádio AM concedidas no Brasil, 1.720 emissoras optaram por acatar a recomendação e iniciar o processo de migração.

Diante desse quadro, este estudo analisa a migração de uma emissora em específico, a Fundação Marconi, mais conhecida como Rádio Marconi, localizada na cidade de Urussanga, no sul de Santa Catarina. Embora o veículo tenha programas religiosos, voltados à prestação de serviços, músicas e entretenimento, a pesquisa foi segmentada a apenas um objeto, a programação esportiva.

Para o trabalho, apresenta-se como problema de pesquisa: quais as mudanças na programação esportiva da Rádio Fundação Marconi a partir da migração do espectro AM para o FM? O objetivo geral, portanto, é identificar o que mudou na parte de esportes da referida emissora com a troca de dial.

Já os objetivos específicos são: apresentar as características do rádio e da rádio AM e FM; identificar os programas esportivos da Rádio Fundação Marconi AM; comparar com os programas esportivos da Rádio Fundação Marconi FM, descrevendo as mudanças a partir da migração.

Com relação aos procedimentos metodológicos, quanto a sua natureza, esta pesquisa é básica, do ponto de vista da forma de abordagem do problema é qualitativa, com relação aos objetivos é exploratória e no tocante aos procedimentos técnicos é bibliográfica e estudo de caso, incluindo entrevistas com profissionais da Fundação Marconi para identificar as mudanças com a migração do AM para o FM.

2. RÁDIO AM E FM

Nesta etapa aborda-se o desenvolvimento da programação nos espectros AM e FM no Brasil e as transformações sofridas no rádio ao longo dos anos com o incremento de investimentos e o surgimento de novas tecnologias. Também apresentam-se as características das faixas e as mudanças ocorridas a partir de renovações do meio de comunicação.

2.1 PROGRAMAÇÃO

A primeira emissão radiofônica oficial no Brasil ocorreu em setembro de 1922, no Rio de Janeiro, com um discurso do então presidente Epitácio Pessoa, durante a comemoração do Centenário da Independência. Porém, foi somente no ano seguinte que a primeira emissora brasileira foi instalada. A pioneira foi a Rádio Sociedade, fundada por Roquette Pinto (MOREIRA, 1991).

Nos primeiros anos no Brasil, o rádio tinha cunho educacional, isso porque o pioneiro do meio de comunicação no país era um defensor da necessidade de transmitir educação e cultura aos moradores de todas as regiões da nação. Na programação da Rádio Sociedade, conforme Moreira (1991), era comum ouvir aulas, palestras e cursos. Zuculoto (2012, p. 38) completa que o slogan da emissora era “Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”.

De acordo com Moreira (1991), nesse período inicial, como as emissoras não tinham retorno financeiro, os programas eram produzidos de forma simples. Fato que só começou a mudar em 1932, quando o rádio recebeu autorização oficial do governo para veiculação de anúncios. Foi também nessa época que o Brasil começou a permitir concessões de canais a particulares. Assim, “a audiência do rádio começa a crescer, motivada em parte pelo barateamento do custo dos aparelhos receptores. [...] O investimento comercial dos anunciantes locais, por outro lado, proporcionou o lançamento de uma programação aprimorada” (MOREIRA, 1991, p. 23).

Para a autora, o que alavancou o sucesso do rádio no Brasil foi a chegada de empresas norte-americanas, e com elas as grandes agências de publicidade no início da década de 1940. Como o rádio era o veículo mais cobiçado da época, as emissoras passaram a receber mais incentivos financeiros, e assim começaram a investir, principalmente nas radionovelas, um dos grandes atrativos de audiência.

Segundo Prado (2012), a primeira radionovela do Brasil começou a ser transmitida no dia 12 de julho de 1941. A atração nomeada “Em busca da felicidade” foi transmitida ao longo de três anos pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

Além das novelas, os programas de auditório, musicais e humorísticos se beneficiaram do investimento dos grandes anunciantes. Na década de 1940, o rádio brasileiro apresenta produções bem cuidadas e consagra alguns profissionais que contribuíram para o desenvolvimento de uma linguagem radiofônica singular desde o surgimento do veículo [...] o rádio no País vive a sua fase de ouro - rico e influenciador dos hábitos e costumes de milhões de fascinados ouvintes (MOREIRA, 1991, p. 25).

Zuculoto (2012, p. 29) ressalta que embora nessa fase o espetáculo dominasse o rádio, foi uma época marcante para o jornalismo radiofônico brasileiro, com o surgimento do Repórter Esso. “Pode ser apontado como o responsável pelo texto e técnicas de produção próprias que a notícia vem construindo ao longo de sua trajetória no Brasil. [...] é determinante no nosso modelo de notícia: síntese, clareza, objetividade na forma e na estrutura do relato”.

A primeira emissora de FM do Brasil foi a Rádio Imprensa, em 1955, que vendia sua programação para lojas e escritórios. Mas foi somente na década de 1970 que a primeira faixa do FM teve grande sucesso. A Rádio Cidade FM, em 1974, foi a pioneira em adotar uma linha de produção, administração e programação baseadas em modelos norte-americanos (MOREIRA, 1991).

A veiculação maciça de músicas, entremeada por humor, sátiras e brincadeiras dos locutores, tornou-se o ponto forte da programação da Cidade FM, voltada quase que exclusivamente para o público jovem. [...] (desde a sua entrada no ar, conquistou a liderança de audiência), a Rádio Cidade serviu de modelo para a maior parte das novas emissoras FM brasileiras. Em pouco tempo, ouvintes de todo o País aprenderam a conviver com o novo estilo descontraído de programação radiofônica (MOREIRA, 1991, p. 43-44).

Conforme Zuculoto (2012), para enfrentar a concorrência das emissoras FM o rádio AM teve um grande impulso no radiojornalismo, já que a frequência modulada possuía qualidade superior na transmissão, sendo preferida para o estilo musical. Ferraretto (2001, p. 168) vai ao encontro de Zuculoto e afirma que “no final da década de 70, com a consolidação comercial da frequência modulada, começa um processo crescente de divisão entre as emissoras musicais que exploravam a qualidade de som da FM e as rádios AM cuja programação girava em torno do jornalismo, do esporte e do serviço”.

Prado (2012, p. 42) afirma que “as emissoras foram paulatinamente se especializando na produção de conteúdo para públicos específicos”. A autora acrescenta que

com o surgimento da televisão a segmentação nas rádios se intensificou ainda mais. Zuculoto (2012, p. 124) explica que:

A segmentação [...] foi tendência seguida tanto por emissoras AMs como FM. Nas AMs é [...] o da segmentação por horários e por faixas de ouvintes. Quanto às FM, a segmentação foi implantada de forma a voltar a programação inteira para uma única camada, [...] esta fase histórica marcou de maneira bem mais perceptível a guinada do rádio brasileiro de abandono da fórmula de buscar uma audiência universal, ou seja, deixando para trás linhas de programação voltadas a atingir todas as camadas de público ao mesmo tempo.

Para Cebrián Herreros (2008, p. 340, apud PRADO, 2012, p. 262), “a programação com estilos diversificados deu origem a múltiplas emissoras, cada uma especializada num estilo diferente”. A política adotada pelo governo militar de liberar inúmeras concessões de canais de frequência modulada, a partir dos anos 70, também contribuiu para o crescimento da faixa, mudando o equilíbrio de audiência do rádio nacional. “Outro aspecto importante também deve ser considerado quando se trata do rádio FM brasileiro: a indústria eletrônica, que atualmente produz em maior quantidade receptores com capacidade de captação das duas faixas sonoras, AM e FM” (MOREIRA, 1991, p. 45).

Prado (2012) afirma que o rádio com FM se tornou uma sensação na época, assim como a TV em cores. Se com a chegada da televisão o rádio saiu da sala das casas, com o FM estéreo voltou, porém de maneira mais sofisticada. A autora relata que este fator possibilitou uma programação diferenciada, indo além da música.

O radialista Francisco de Assis (1979, apud MOREIRA, 1991, p. 46) na época já afirmava que “o ideal para o FM, neste momento, é que suporte outras tentativas, além de programas musicais. Não digo só a de colocar a música e a voz explicando, mas a tentativa de se criar programas de rádio realmente, programas que só podem ser feitos pelo rádio”. A partir de então, Moreira (1991, p. 52) afirma que o radiojornalismo começava a ser introduzido nas emissoras FM em um formato próprio.

Até há pouco tempo restritas às rádios AM, algumas equipes de reportagem radiofônica começaram a ser organizadas pelas empresas que detêm concessões de FM: ao mesmo tempo que significa a ampliação do campo de trabalho profissional, a implantação do radiojornalismo nessa faixa pode estar abrindo uma nova perspectiva para o desenvolvimento da linguagem jornalística do rádio e para o estabelecimento de outra forma de relacionamento com um tipo de ouvinte que, de acordo com os institutos de pesquisa de opinião, constitui uma camada diversificada de audiência.

Zuculoto (2012, p. 32) corrobora com Moreira e ainda afirma que na fase dos anos 90 o rádio FM atinge seu ápice. “As emissoras de frequência modulada, que começaram apenas dedicadas à programação musical, passam a também fazer jornalismo”. De acordo com

Ferraretto (2001), as rádios FM foram abrindo espaços para a notícia, até que em 1996 surge a primeira emissora exclusivamente jornalística, a CBN FM, de São Paulo. Dois anos depois, a audiência da emissora no FM era maior que do AM.

2.2 CARACTERÍSTICAS

O rádio possui características próprias e específicas, que ao longo dos mais de 96 anos, no Brasil, foram sendo descobertas, moldadas e aperfeiçoadas conforme o desenvolvimento do processo de instalação, consolidação e transformação sofrida pela radiofonia. Segundo Zuculoto (2012), o rádio adquiriu o perfil de meio de massa, tendo o potencial de ser o mais popular, atingindo todas as camadas da sociedade. Ele possui características específicas de emissão e de recepção, entre elas a autora destaca a utilização de uma linguagem única e um único sentido, a mobilidade, o imediatismo, a quantidade de pessoas alcançadas, o baixo custo e a sensorialidade.

Para a autora, devido às características do imediatismo e da simultaneidade, e com o avanço das tecnologias, cada vez mais o radiojornalismo é realizado ao vivo, exigindo maior produção e crescimento do improviso. Zuculoto (2012) ressalta que o rádio atual alterou algumas de suas principais características, que antes eram obrigatórias: a instantaneidade e a fugacidade da mensagem. Isso devido ao ouvinte não precisar mais ouvi-lo no momento da transmissão, podendo acessar o conteúdo a qualquer momento pela internet.

O radialista Heródoto Barbeiro, em entrevista a Prado (1989, p. 10, apud ZUCULOTO, 2012, p. 158), ressalta que “o rádio dinâmico, ágil, informativo, exige que todos falem. Acabou a era dos vozeirões no rádio. Hoje o ouvinte quer saber o conteúdo da notícia, credibilidade, facilidade de compreensão”. Diante disso, nota-se que, além da plasticidade, o ouvinte está interessado na qualidade da informação.

Conforme Ferraretto (2001), a amplitude modulada caracteriza-se por ter qualidade inferior à frequência modulada, pois seus receptores sofrem interferências de fenômenos naturais, como raios, ou artificiais, como as provocadas por motores. Já no FM, embora tenha qualidade superior na emissão e recepção de som, a transmissão é limitada a 150 km.

Para Moreira (1991), a principal característica do rádio FM no Brasil é o lado musical, que predomina nas atrações das programações. Conforme ela, até mesmo as emissoras estatais seguem este panorama, mesmo que também ofereçam programas culturais ou educativos. Ainda segundo a autora, a maior parte das emissoras AM dedica a sua programação aos problemas cotidianos dos cidadãos. Zuculoto (2012, p. 120) afirma que o rádio AM se caracteriza especialmente por ter programações voltadas às camadas socioculturais mais baixas.

Em meio à predominância de emissoras com este tipo de programação, destacam-se várias rádios de grande e médio portes, principalmente nos grandes centros, que mantêm uma prática jornalística expressiva e inclusive procuram desenvolvê-la com introdução de novidades nas formas de transmitir informações jornalísticas.

Moreira (1991) afirma que os ouvintes do rádio AM se acostumaram com a figura de um apresentador, que possui um programa diário que leva seu nome, tendo característica de ser o protetor da sociedade. A autora ainda ressalta que é fácil de constatar a padronização das programações nas emissoras, devido ao grande número de atrações semelhantes que buscam o apelo popular para aumentar a audiência.

O surgimento da frequência modulada alterou a forma do rádio AM se comportar, pois não conseguiria suportar a concorrência da nova faixa, que possui qualidade sonora muito superior. “Não restou ao AM outra saída que não a de usar muito mais a fala do que a música na sua programação, [...] é a fase em que o rádio AM brasileiro consolidou o seu jornalismo, por encontrar nele uma alternativa de sobrevivência” (ZUCULOTO, 2012, p. 121).

Porém, com a obrigatoriedade de um mínimo de 5% para transmissão de informações, instituído através da lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, começou a abrir espaço para o desenvolvimento do radiojornalismo também nas emissoras FM (ZUCULOTO, 2012). “Parte do estilo de programação das rádios AM foi absolvido, [...] os locutores/apresentadores utilizam-se de recursos semelhantes para atrair um público cada vez maior e, talvez, tanto mais próximo do ouvinte-padrão que até então, acreditava-se, era típico do rádio AM” (MOREIRA, 1991, p. 42).

De acordo com Moreira (1991, p. 40), “a verdade é que, no Brasil, tanto o rádio AM como o FM exercem grande influência sobre o ouvinte, apesar da diversidade de estilo, finalidade e linguagem hoje presente nas duas faixas”.

3. COBERTURA ESPORTIVA NO RÁDIO

O esporte no rádio surgiu na década de 1920, mas de acordo com Ferraretto (2001) na época ainda não eram transmitidos eventos na íntegra, apenas há indícios de que informações eram divulgadas. Conforme o autor, o futebol consolida-se após 1930, mas é possível que outras modalidades tenham sido transmitidas antes disso.

O rádio esportivo foi fundamental para transformar o futebol em esporte de massa e teve influência importante para que se tornasse um meio de comunicação de massa (SOARES,

1994). Prado (2012) completa afirmando que, enquanto o rádio levou o esporte a mais pessoas, o futebol tornou o meio de comunicação, ainda jovem, popular.

O ponto de partida desse processo é a primeira narração detalhada de um jogo de futebol. A transmissão coube ao locutor Nicolau Tuma, da Rádio Sociedade Educadora Paulista [...], durante o VIII Campeonato Brasileiro de Futebol, em 1931. Jogaram as seleções de São Paulo e do Paraná, no campo da Chácara da Floresta, no bairro da Ponte Grande, em São Paulo (SOARES, 1994, p. 17).

Para Soares (1994, p. 31), “embora tenha sido a Rádio Educadora Paulista a primeira a transmitir um jogo direto, a Rádio Record foi a emissora que mais se destacou no início das irradiações esportivas em São Paulo”. Conforme a autora, nessa época o rádio ainda era uma novidade e nem havia uma linguagem própria. As transmissões eram amadoras e improvisadas.

As dificuldades da época eram enormes: desde uma nova linguagem que era criada para que o ouvinte pudesse “ver” o que acontecia em campo até as camisas, que ainda não tinham números e obrigavam o narrador a decorar a fisionomia de cada jogador. [...] Como não havia ainda transmissões de jogos na íntegra, Tuma teve de criar uma linguagem própria para suas locuções, sem nenhuma referência anterior. Falar rápido, descrever bem cada lance, ser claro, não deixar o rádio em silêncio - tudo para atrair e manter a atenção do ouvinte, [...] assim como as falas de fácil entendimento, para que qualquer um compreendesse o que estava sendo dito (PRADO, 2012, p. 85-89-90).

Devido à falta de recursos técnicos, as transmissões dificilmente eram perfeitas. A instalação da linha telefônica no campo precisava ser feita com uma semana de antecedência e muitas vezes era preciso contar com a colaboração de vizinhos para emprestar a linha, até mesmo ligações clandestinas eram realizadas. Os microfones eram pesados e a carvão (SOARES, 1994).

Porém, a autora ressalta que a persistência para transmitir as partidas provocou a busca por melhorias e influenciou no desenvolvimento do jornalismo radiofônico brasileiro. Prado (2012, p. 86) acrescenta: “Muitos pesquisadores creditam ao futebol e às transmissões esportivas o grande crescimento do rádio. Foi a partir daí que as tecnologias começaram a se desenvolver, abrangendo outros setores das rádios, como o próprio jornalismo, a política, o humor, etc.”.

Soares (1994, p. 34) defende que “o rádio esportivo foi e continua sendo como um teatro. Os locutores apresentam o espetáculo e os ouvintes aplaudem os artistas. [...] O que os radialistas esportivos fazem na narração tem um pouco disso tudo, é show e entretenimento”.

Conforme Capinussú (1997), durante a narração de um jogo o locutor deve ter uma vibração acima do normal, isso para que quem esteja ouvindo a transmissão tenha a sensação de estar assistindo a partida no local em que está sendo disputada.

De acordo com Soares (1994), com a autorização do governo para a veiculação de publicidade no rádio, em 1932, as emissoras precisaram reformular suas programações para atingir o grande público, já que antes era voltado à elite. Com isso, a transmissão esportiva foi uma boa estratégia para aumentar a audiência.

O rádio e o futebol [...] cresceram juntos. Não há como imaginar um sem o outro, tamanha é a força dessa história. Até hoje, o rádio é fundamental na transmissão de notícias, de debates e de jogos; assim como o futebol alimenta muitas emissoras com seus grandes patrocínios (PRADO, 2012, p. 87).

Foi entre as décadas de 1930 e 1950 que surgiram os repórteres e os comentaristas. “Antes, o narrador era obrigado a falar sem parar [...] e os intervalos eram ocupados por sucessos musicais da época. A partir de então, os repórteres e os comentaristas ganharam espaço nas transmissões e complementaram ainda mais o espetáculo” (PRADO, 2012, p. 86).

A autora revela que em 1947 foi montado no rádio brasileiro o primeiro departamento esportivo. Até então as emissoras não possuíam uma estrutura voltada ao esporte. A pioneira foi a Rádio Panamericana, atual Jovem Pan, de São Paulo. Soares (1994) conta que a equipe era formada por locutores, comentaristas e repórteres, que realizavam a cobertura diária de eventos esportivos.

Para Ferraretto (2001), a Copa do Mundo realizada no Brasil, em 1950, impulsionou o radiojornalismo esportivo brasileiro. A transmissão dos jogos mobilizou ouvintes de todo o país. Segundo o autor, as conquistas do Brasil na Copa do Mundo de 1958 e 1962 estimularam ainda mais transmissões dos eventos.

Conforme o autor, a cobertura e as transmissões esportivas também tiveram contribuição para o rádio buscar o espaço perdido para a televisão. O avanço tecnológico, possibilitando que os torcedores carregassem os rádios e as emissoras pudessem acompanhar as equipes no dia a dia, também foi fator fundamental. “Nos anos 70, a cobertura dos acontecimentos esportivos com setoristas nos principais clubes vai ganhar objetividade e o que era opinião dará lugar à interpretação dos fatos” (FERRARETTO, 2001, p. 144).

Segundo o autor, o futebol é o evento mais transmitido no rádio do Brasil. Para ele, a cobertura esportiva é a atividade radiofônica que mais exige do profissional a capacidade de observação e a habilidade de comunicação. O autor defende que uma transmissão de futebol pode ser dividida em quatro fases: abertura, o jogo, o intervalo e o encerramento.

A transmissão lance a lance de uma competição constitui-se no momento mais importante da cobertura esportiva de uma emissora de rádio. Nela, mesclam-se planejamento e improviso. Tudo que pode ser previsto com antecedência é preparado pela coordenação, auxiliada pelos demais profissionais do setor. A descrição do fato que se desenrola cabe ao narrador, cujo trabalho complementa-se com a intervenção dos repórteres, dos comentaristas e do plantão. O conjunto deste trabalho ganha, em alguns estados brasileiros, a denominação de jornada esportiva (FERRARETTO, 2001, p. 322).

Soares (1994, p. 18) ressalta que “ao longo dos anos, a narração esportiva se sofisticou, ganhou uma série de complementos, até chegar ao formato com que é apresentada hoje pelo rádio”. Para Prado (2012), as narrações através do rádio estão em constante crescimento e inovação, e isso ocorre para combater a concorrência de outros veículos de comunicação e manter o seu público fiel às transmissões radiofônicas.

4. MIGRAÇÃO DO ESPECTRO

Conforme o site Tudo Rádio (2018), a migração das emissoras de rádio AM para o espectro FM tem a intenção de fortalecer os canais, já que são prejudicados pelo fato de os ouvintes terem dificuldades na captação dos sinais sonoros, haja vista a presença de inúmeras interferências na faixa, principalmente em grandes centros urbanos. “As baixas frequências do AM são suscetíveis à interferência de cabos de alta tensão, fornos de micro-ondas, controles remotos e telefonia sem fio” (ANTONIK, 2018, p. 17).

Para Del Bianco e Prata (2018), há mais de uma década o AM no Brasil está em crescente declínio. Com a deterioração da qualidade do áudio, os ouvintes têm dificuldades em sintonizar nas emissoras de amplitude modulada, tanto em receptores de mesa quanto de automóveis. “Soma-se a isso, as dificuldades técnicas/operacionais de recepção em dispositivos móveis como os smartphones. A estagnação do rádio AM provocou a queda de audiência e, consequentemente, reduziu a competitividade do dial” (DEL BIANCO; PRATA, 2018, p. 25).

Porém, segundo o site SET (2015), “a migração não foi uma decisão puramente benevolente com os radiodifusores. Havia também pressão das empresas de telefonia móvel, interessadas na liberação do espectro de AM para poderem implementar o 4G no país”.

Segundo Del Bianco e Prata (2018, p. 25), “a migração para o FM foi apontada por empresários do setor como solução para melhorar a qualidade do som, garantir presença celular, aumentar o faturamento e viabilizar a continuidade da oferta do serviço”. As autoras ainda ressaltam que é uma oportunidade para as emissoras renovarem as suas programações (conteúdo, sonoridade e plasticidade) e aumentarem a interação com o público através dos dispositivos móveis.

A partir de 2008, grupos empresariais de comunicação tradicionais, detentores de emissoras nas duas frequências, passaram a experimentar a veiculação de parte ou integralmente da programação do rádio AM na frequência FM. Foram pioneiras nessa ação a Rádio Jovem Pan (SP), Itatiaia (MG), Rádio Jornal (PE) e Rádio Gaúcha (RS). A experiência confirmou prognósticos dos defensores da migração: a audiência aumentou não somente na recepção doméstica como também em dispositivos móveis (DEL BIANCO; PRATA, 2018, p. 29).

Em várias localidades o dial FM não possui espaço para receber novas frequências, ou pelo menos todas as estações, sem que haja interferências entre os canais, por isso, será criada uma faixa estendida. Atualmente, os canais estão situados entre 87.7 MHz até 107.9 MHz, o dial estendido (eFM) irá de 76.1 MHz a 87.5 MHz. As emissoras migrantes terão um período de *simulcasting*, que é a transmissão simultânea em AM e FM, com o objetivo da audiência se adaptar à nova sintonia da empresa (TUDO RÁDIO, 2018).

O site Tudo Rádio (2018) aponta dois problemas da faixa estendida: o primeiro é a ausência dessa faixa na maioria dos receptores existentes e o segundo é a demora para a liberação dos canais estendidos, que são as estações 5 e 6 da TV analógica, visto que ainda não migraram para o sinal digital em todos os locais. O site ABERT (2019) relata que o prazo final para desligamento e disponibilização da faixa para o FM está previsto para 2023.

A intenção do Governo Brasileiro é incentivar a presença do FM estendido nos novos receptores que serão fabricados, sejam na linha automotiva como também em outros modelos mais básicos. Como isso leva tempo, as AMs que forem para o FM estendido provavelmente continuarão operando em AM por um período [...], isso para que a audiência se adapte com a mudança (TUDO RÁDIO, 2018).

Muitos receptores FM em aparelhos celulares e nos carros precisam apenas de uma atualização para contar com o FM estendido, pois já possuem a capacidade de recepção a partir de 76 MHz.

O decreto n. 8139/2013, que dispõe das regras para a mudança, foi assinado no dia 7 de novembro de 2013. O documento “foi resultado de um acordo estabelecido entre governo e ABERT em torno de questões essenciais à recuperação do setor” (DEL BIANCO; PRATA, 2018, p. 31). As autoras (2018, p. 31) resumiram as diretrizes que prevê o marco regulatório da migração:

a) a migração é facultativa; b) a frequência AM local será extinta ao término do processo; quem não aderir terá de migrar para outras categorias de operação na faixa AM (regional e nacional); c) a concessão de outorga para FM é onerosa, devendo ser pago valor correspondente pelo uso da radiofrequência em parcela única estipulada pelo governo; d) para solicitar a mudança emissoras devem comprovar regularidade fiscal e trabalhista; e) o atendimento aos pedidos está condicionado à viabilidade técnica da localidade; f) a nova outorga é restrita ao município onde está situada a

emissora de origem; g) é permitido *simulcasting* nas localidades onde há espaço no dial por até 180 dias após a transferência e onde emissoras for necessário ocupar o FM estendido o prazo de convivência dos dois sinais é por até cinco anos; e h) as transmissões em Ondas Tropicais e Ondas Curtas não foram beneficiadas com o direito à adaptação, mas o serviço foi preservado.

A definição do valor da outorga foi um impasse que atrasou o processo de mudança em mais de um ano, de acordo com Del Bianco e Prata (2018). A proposta de fórmula de cálculo aprovada foi elaborada pela ABERT e apresentada durante o 27º Congresso Brasileiro de Radiodifusão. “A tabela era baseada no cálculo de itens como o Produto Interno Bruto (PIB), os Indicadores de Desenvolvimento/Renda - R, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor (IPC), portes técnicos das emissoras - classe de operação e potência, disponibilidade de canais em FM” (DEL BIANCO; PRATA, 2018, p. 32-33). Portanto, os valores foram calculados individualmente por canais, variando entre R\$ 8.448,99 e R\$ 4.446.838,76.

As migrações foram divididas em dois lotes, sendo o primeiro para as emissoras que conseguiram espaço no FM convencional e o segundo lote para os canais que irão para o FM estendido, além de emissoras que por algum problema não conseguiram migrar na primeira data planejada (TUDO RÁDIO, 2018).

Segundo Zuculoto (2018), a migração das estações para a frequência modulada foi autorizada em 2013, entretanto, a mudança só começou a ser efetivada em 2016, quando as primeiras emissoras migraram. “Processo que se expõe longo, difícil e complexo, construindo-se como mais um marco histórico para o meio radiofônico no Brasil” (ZUCULOTO, 2018, p. 15). De acordo com Prata e Del Bianco (2018, p. 64):

A questão que se coloca para todas é como mudar sem perder a essência que as mantiveram até aqui, ao mesmo tempo em que promovem mudanças em parte da programação e se adaptam à dinâmica das redes sociais de forma a gerar faturamento por meio delas. É certo que há uma preocupação em manter a identidade local, dando preferência para conteúdo pensado e produzido predominantemente para a região. Ou seja, migrar também significa não perder a identidade e fidelidade ao público.

Os rádios AM continuarão existindo no Brasil. As estações que optarem por não migrar poderão continuar em AM, porém deverão migrar para outras categorias na faixa, seja regional ou nacional, já que será extinta a categoria AM local, que são as estações de baixa potência. Mas, segundo o site Tudo Rádio (2018), quem não solicitou a migração não terá outro período para fazer isso.

O site Tudo Rádio realizou um levantamento da situação das migrações para o dial FM, contando com ajuda das próprias emissoras e de visitantes do portal. O site atualiza constantemente os canais que realizam a migração, informando também o estado e município

da emissora, além de sua nova frequência. Até o dia 05 de junho de 2019, segundo o portal, 590 emissoras (entre 1.720) migraram para o espectro FM.

5. ANÁLISE DOS DADOS

Para verificar as mudanças na programação esportiva da Rádio Fundação Marconi a partir da migração do espectro AM para o FM foram realizadas duas entrevistas, sendo uma com o gerente administrativo da emissora, André Niclele³, e outra com o narrador esportivo Rafael Niero⁴. Além disso, foram analisados os programetes esportivos do veículo antes e após a troca de dial. Antes de iniciar a descrição da análise é importante apresentar a emissora objeto deste estudo.

5.1 RÁDIO FUNDAÇÃO MARCONI

A Fundação Marconi conseguiu sua concessão pública no dia 10 de fevereiro de 1951, sendo fundada pelo Monsenhor Agenor Neves Marques com o nome de Rádio Difusora de Urussanga Ltda. “Somente no dia 19 de outubro do mesmo ano, a rádio recebeu uma Portaria Ministerial que permitia o seu funcionamento no prefixo ZYT – 22 e utilizava o slogan A Voz de Veludo, em referência ao estúdio da emissora que era revestido com tecido aveludado” (SOUSA; NIERO, 2017, p. 3).

Conforme Sousa e Niero (2017), a história da Rádio Marconi está bastante ligada ao contexto religioso, tendo desde o início a contribuição de líderes da Igreja Matriz Nossa Senhora da Conceição na direção da emissora. Maccari (2016) afirma que ficou decidido no estatuto que o presidente sempre seria o pároco de Urussanga. A presidência já teve quatro representantes até então: Agenor Neve Marques, Daniel Sprícigo, Jiovani Manique Barreto e o atual diretor presidente Daniel Pagani (SOUSA; NIERO, 2017).

A presença religiosa também sempre esteve evidente na programação da Fundação Marconi, que tem como referência programas católicos e missas. O programa Andorinha Mensageira, criado no ano de fundação da emissora e que foi desenvolvido para se comunicar com os fiéis e evangelizar, é o mais antigo em atividade em Santa Catarina. Este nunca foi interrompido. Já nos anos seguintes a sua estreia, bateu recordes de audiência no sul do Estado, tendo como ápice as décadas de 1950, 1960 e 1970 (SOUSA; NIERO, 2017).

³ NICLELE, André. Entrevista concedida ao autor no dia 02 de maio de 2019.

⁴ NIERO, Rafael Farias. Entrevista concedida ao autor no dia 02 de maio de 2019.

O jornalismo e o esporte também são característicos da programação da emissora, que tem como missão “produzir e distribuir conteúdo popular de qualidade em notícia, serviço, entretenimento e futebol, com emoção, agilidade, interatividade e linguagem acessível, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas” (RÁDIO MARCONI, 2018). O canal alcança 20 municípios da serra, sul e extremo sul-catarinense, abrangendo quase 1 milhão de ouvintes.

A expressão A Voz dos Vinhedos foi criada pelo fundador da Fundação Marconi para evidenciar a potencialidade vinícola da região. Embora fosse utilizada durante os programas do Monsenhor, apenas na década de 2000 se tornou o slogan oficial da emissora (SOUSA; NIERO, 2017).

A Rádio Marconi era transmitida na amplitude modulada pelo canal 780. No dia 3 de julho de 2018, em período de testes, entrou no ar pela sintonia 99.9 da frequência modulada, porém foi somente no dia 18 de julho de 2018 que o canal foi lançado oficialmente. O período de *simulcasting* da emissora durou até o dia 6 de novembro de 2018, quando às 8h51min32 o transmissor AM foi desligado (RÁDIO MARCONI, 2018).

Com a união das mãos dos representantes da emissora, naquele momento, a chave que desligou para sempre a AM-780 foi apertada. Depois de 67 anos no ar a sintonia saiu em definitivo do ar. Com este breve discurso o Presidente da emissora conduziu o ato: “Você que nos acompanha ouvindo pelo AM-780 é chegado o momento. Muito obrigado AM-780! A partir de agora a AM para de funcionar e você vai estar apenas na FM. Então, eu, André e o Sérgio vamos apertar o botão! A partir deste momento o AM-780 não existirá mais...*silencia a frequência 780*... E agora estamos apenas no 99.9 FM” (RÁDIO MARCONI, 2018).

Segundo Niclele (2019), a data limite de *simulcasting* estabelecido pela Anatel para a Fundação Marconi iria além do utilizado. O desligamento antecipado se deu pelo alto custo da energia elétrica em Urussanga e pela direção da emissora entender que os ouvintes já estavam adaptados à nova sintonia.

A divulgação do processo de migração começou no início de 2018, após a entrega do projeto técnico que determinou o canal que seria utilizado pela Rádio Marconi na frequência modulada. Nos primeiros seis meses, o comunicado foi realizado apenas através dos locutores da emissora. Assim que iniciou a operação no novo espectro, a divulgação se intensificou durante a programação do veículo, com mensagens pedindo aos ouvintes para sintonizarem pelo canal FM, foram utilizadas as mídias sociais da emissora, divulgação por meio dos jornais da cidade e realizada uma festa de lançamento no dia em que a sintonia entrou no ar oficialmente (NICLELE, 2019).

Além disso, o gerente administrativo explica que por ter um público-alvo de maior idade, foi criada uma campanha denominada “A Marconi vai até sua casa”, pois muitos ouvintes não sabiam trocar o dial do aparelho receptor ou sintonizar a nova frequência da emissora. Também foi prestada assistência para a alteração através de ligações telefônicas.

Niclele (2019) afirma que foram modificados todos os equipamentos para a migração da AM para a FM. O investimento com a mudança foi de R\$ 644.342,02, sendo R\$ 73.418,00 o valor para adaptação da outorga. Aproveitando a necessidade da troca, a direção da Rádio Fundação Marconi também reformulou toda a sede da instituição, tendo mais um gasto de R\$ 323.920,87.

5.2 MUDANÇAS

Com a migração, a Rádio Fundação Marconi passou por uma série de alterações, tanto no conteúdo da programação quanto na sonorização, plasticidade, linguagem, interatividade com o público, abrangência, mídias sociais da empresa, entre outras questões. Del Bianco e Prata (2018) já afirmavam que esta é a oportunidade de os empresários promoverem essas renovações. Visto que esta pesquisa é segmentada à programação esportiva, apenas as mudanças sofridas neste setor, ou que tiveram correlação com o esporte, serão trazidas à tona.

Com a ida da Rádio Marconi para a frequência modulada, o veículo começou a fazer pré e pós-jornada esportiva constantemente, cobrindo inclusive as entrevistas coletivas do Criciúma Esporte Clube, fato que não ocorria. Conforme Niero (2019), antes estes não eram feitos quando coincidiam com o horário da missa, 18h30 às 19h, já que é uma rádio dirigida pela Igreja. No entanto, agora foi acordado com o pároco de Urussanga que em dias de jogos a celebração não será transmitida.

As entrevistas coletivas não eram reproduzidas, pois os equipamentos não funcionavam na sala de imprensa do clube. Com os novos aparelhos adquiridos, o problema foi superado. “A gente faz antes do jogo uma hora e após mais uma hora, a não ser que esbarre no horário do A Voz do Brasil, que daí a gente grava a coletiva e repercute no outro dia” (NICLELE, 2019).

Ferraretto (2001) chama a pré-jornada de abertura e explica que o trabalho começa com base em um roteiro pré-elaborado, mas depois segue de acordo com os acontecimentos do evento. “O narrador comanda. Os repórteres trazem as informações mais atuais, complementadas por dados de arquivo fornecidos pelo plantão. O comentarista analisa tudo, situando ainda mais o ouvinte” (FERRARETTO, 2001, p. 322). Já a pós-jornada o autor

denomina de encerramento, que é quando os repórteres buscam entrevistas, o comentarista avalia o jogo, o plantão indica a situação dos times e são reproduzidos os gols, se houve.

O slogan da jornada esportiva da Fundação Marconi também sofreu alteração. De acordo com Niero (2019), na expressão “Equipe 10 - AM 780. Rádio Marconi, voando alto no esporte!” foi optado por retirar a primeira parte da frase e manter o bordão “Rádio Marconi, voando alto no esporte!”. Ele destaca que a parte que foi mantida é a marca registrada da equipe, enquanto que a que saiu já estava ultrapassada.

Para Niero (2019), a linguagem nas transmissões não foi modificada com a ida para o FM, o jeito de falar continua o mesmo, o que teve foi uma reformulação nas trilhas, vinhetas e comerciais para que as jornadas ficassem mais dinâmicas e atrativas ao público. “Tentamos deixar com efeitos mais modernos, as trilhas com ritmos mais acelerados, mais animados. Os comerciais que faço ao vivo, inserimos uma trilha quando faço o anúncio e quando encerro é colocado um efeito para dar um destaque a mais no nosso anunciante” (NIERO, 2019).

Segundo o narrador esportivo, foi montada uma comissão na empresa para a criação das vinhetas e trilhas sonoras, pois o grupo tinha a preocupação de manter a audiência e buscar novos ouvintes.

A gente sabia que mudando para o FM teria um público mais jovem, por isso, não queria algo tão caído, desanimado, como estava no AM, mas também não algo que chamasse tanto a atenção, muito cheio de efeitos, para manter o público de mais idade que sempre foi o nosso forte. Então, tentamos ficar no meio-termo, fazer um balanço para que ficasse um som legal e que atraísse as pessoas (NIERO, 2019).

Além disso, a questão técnica também foi um fator fundamental para a criação das novas sonoras. Niero (2019) afirma que a qualidade dos antigos áudios era bem baixa, só que na amplitude modulada não era perceptível, o que mudou com a chegada do FM. Ferraretto (2001, p. 67) explica que a frequência modulada “permite a emissão e a recepção de som em qualidade muito superior às em AM, por não sofrer interferências” de fenômenos naturais e artificiais.

Com a migração, também houve mudanças na equipe que transmite os jogos. Um comentarista de mais idade foi dispensado e o gerente administrativo da Rádio Fundação Marconi, André Niclele, começou a integrar a equipe esportiva na função. “É um cara mais jovem e que trouxe um público diferente. Pessoal que conhece ele começou a nos ouvir” (NIERO, 2019). Dessa forma, é possível concluir que a troca de profissional e com uma faixa de idade diferente também modificou a linguagem, mesmo que parcialmente, diferente do que o narrador esportivo acredita.

A emissora ainda alterou o formato de contratação dos funcionários. Pessoas que eram terceirizadas foram liberadas e contratados profissionais fixos e que exercem várias funções.

Nós precisamos de pessoas que produzam, que sejam multifuncionais. Acabou este negócio do cara ser estrelão, vir aqui duas horas, fazer o programa e depois ir embora. O mercado mudou, quem não tem qualificação para atuar em diversas áreas, que só sabe fazer uma coisa, está fora. A gente tirou os terceirizados e com o faturamento deu para contratar mais pessoas (NICLELE, 2019).

O radialista Heródoto Barbeiro (PRADO, 1989, apud ZUCULOTO, 2012) afirma que já passou a era em que os locutores ter vozeirões é o que importa, os espectadores querem saber de qualidade na informação e facilidade de compreensão. O rádio tem que ser ágil e dinâmico, todos da equipe precisam saber falar.

Assim, outros setores do esporte também tiveram alterações. Um dos profissionais admitidos, entre outros cargos que possui na emissora, é o de principal plantonista esportivo. Outro, que foi contratado para a parte técnica, contribui com gravações e externas. Contudo, com a dispensa de pessoas que apenas integravam a equipe esportiva, o quadro foi reduzido, o que dificulta a transmissão de vários jogos, principalmente em dias seguintes, e por isso, precisa haver revezamentos nas funções.

Atualmente, a jornada esportiva da Rádio Fundação Marconi é composta por cinco profissionais que revezam as atividades de narrador, comentarista, plantão esportivo e repórter. “A gente tinha mais três pessoas, era quase duas equipes para trabalhar. Se tinha jogo sábado e domingo conseguia fazer, hoje não. E como a equipe não é exclusiva só para o esporte, tem que haver rodízio nas peças conforme a necessidade” (NIERO, 2019).

Ferraretto (2001) relata que o narrador é quem fornece a visão do que acontece, descrevendo a transmissão em detalhes e misturando informação e emoção. O comentarista é um elemento de opinião, analisa, sugere e critica o que está acontecendo. O repórter é o integrante da equipe mais próximo do jogo, sendo quem acompanha o clube constantemente. Dele se exige um pouco de especialização. O plantão esportivo dá detalhes adicionais durante o evento, como a campanha de um time ou atleta e resultados paralelos.

Conforme Niero (2019), a redução da equipe também se deu pelo alto investimento da emissora no processo de migração, compra de equipamentos e reforma da sua sede, no entanto, a ideia é de se reforçar em breve para cobrir mais competições esportivas. Em 2018, no futebol profissional a Rádio Fundação Marconi transmitiu os jogos do Criciúma no Campeonato Catarinense de Futebol, Copa do Brasil e Campeonato Brasileiro da Série B. Ainda

cobriu as partidas de esportes amadores, como: Campeonato Municipal de Futsal, Campeonato Municipal de Futebol e Campeonato da Quaresma.

Mas se houve diminuição na equipe de esportes, aumentou o investimento da emissora para cobrir as partidas *in loco*. Niero (2019) conta que desde que chegou na empresa em 2009 a Rádio Fundação Marconi nunca havia realizado todos os jogos do Criciúma no Campeonato Catarinense e na Copa do Brasil, até o clube ser eliminado, indo nos estádios, o que foi feito em 2019. Geralmente, as partidas são transmitidas em *off tube*⁵ quando o time criciumense é o visitante, devido ao alto custo para a equipe esportiva viajar até o local do jogo.

De acordo com Niero (2019), a transmissão em tubo não faz muita diferença para os ouvintes, já que tem o som da torcida, comentarista e o repórter entra com as informações e áudios dos jogadores, porém, para quem está trabalhando muda muito, pois ao estar no local é possível sentir a torcida, o clima do jogo, observar o que está acontecendo na arquibancada, fora do campo e do estádio. “Fazendo tubo a gente vai transmitir e trazer para o nosso ouvinte o que a TV está vendo, o extracampo não vamos conseguir” (NIERO, 2019). Além da facilidade e de enriquecer a transmissão, o narrador esportivo relata que sente que o público participa mais quando a cobertura é feita no estádio.

Realizamos um jogo em Chapecó que ficou parado uma hora por causa da trovada e conseguimos ficar falando de coisas que estavam acontecendo. Se fosse pela TV a gente não iria estar ouvindo os raios e trovões, a intensidade da chuva e o campo alagado. Conseguiria ver, mas não teria noção da proporção que estava a tempestade naquele momento. Então, a partir daquilo ali a gente começou a falar e os ouvintes a mandar mensagem interagindo (NIERO, 2019).

Soares (1994, p. 34) afirma que o rádio esportivo é como um teatro, em que “os locutores apresentam o espetáculo e os ouvintes aplaudem os artistas”. Porém, com o crescimento da interatividade proporcionada cada vez mais pelas redes sociais, os espectadores deixam de ser apenas receptores e começam a fazer parte da transmissão do evento.

Niero (2019) ressalta que o maior investimento no esporte se deve à chegada do FM, que fez com que os anunciantes se mantivessem desde o começo do ano e novas empresas investissem nas transmissões, aumentando a arrecadação das jornadas à emissora. Prado (2012) diz que o futebol é essencial para o rádio por atrair grandes patrocínios que mantêm os canais, assim como o veículo é importante na transmissão do desporto.

⁵ *Off tube* é uma expressão em inglês que traduzida significa “fora do tubo”. Essa técnica, conhecida também como tubo, é quando os locutores realizam uma partida sem estar no local do jogo, geralmente no estúdio, a partir da transmissão da televisão (POLETO, T. R. et al. **A transmissão esportiva no rádio**. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/anaisvinci/article/download/998/974>>. Acesso em 15 de maio de 2019).

O narrador esportivo acredita que o aumento de anunciantes é pela frequência modulada ter um alcance superior de pessoas. “A rádio no AM já estava pegando mal, em alguns pontos funcionava, em outros não. Colocava na estação e só ficava chiaço e isso dificultava na audiência e nas vendas. Hoje com o FM, onde o sinal alcança, pega perfeitamente” (NIERO, 2019). Entretanto, Niclele (2019) explica que o AM tinha uma extensão maior. Em locais distantes com poucas tecnologias era possível escutar a emissora, com a migração não é mais. Ferraretto (2001) declara que o FM tem a transmissão limitada a 150 km. Mesmo diante disso, o gerente administrativo destaca que o mais importante é atender bem a praça comercial do veículo.

A gente quer voltar a regionalizar, ser a rádio que se iniciou, uma das mais famosas. Éramos uma emissora da região, mas com as tecnologias que vieram atrapalhar o sinal fomos perdendo abrangência e cada vez mais ficando local, até que passamos a ser de Urussanga e Cocal do Sul. A gente fazia os jogos do Criciúma e o pessoal não conseguia ouvir nossa transmissão no estádio, hoje conseguem. O FM resgatou o alcance desse público, agora temos que entrar em um processo de reciclagem dos ouvintes (NICLELE, 2019).

Niero (2019) reitera que apesar de quererem expandir e estarem trabalhando para isso, trazendo assuntos de outras cidades mais distantes e divulgando o nome da rádio, o foco continua sendo os municípios mais próximos. “É certo que há uma preocupação em manter a identidade local, dando preferência para conteúdo pensado e produzido predominantemente para a região” (PRATA; DEL BIANCO, 2018, p. 64).

Além do sinal, outro fator que impedia que torcedores escutassem a Rádio Fundação Marconi durante os jogos do Criciúma no estádio Heriberto Hülse é a ausência do espectro AM em celulares. Segundo o narrador, havia reclamações de ouvintes que afirmavam que queriam escutar a transmissão, mas não era possível, já que o local também é fraco de sinal da rede de internet móvel. “A gente esbarrava nesta questão, então, com a chegada do FM, o celular que tem essa função virou nosso aliado. Agora recebemos várias mensagens de pessoas que estão assistindo ao jogo e nos ouvindo” (NIERO, 2019). Del Bianco e Prata (2018) afirmam que por essas dificuldades técnicas o AM já estava há mais de uma década, cada vez mais, perdendo audiência e ficando para trás na competitividade com o FM.

Com a oportunidade de atrair mais espectadores que vão ao estádio, a emissora investiu na parte gráfica da cabine de transmissão do veículo no Heriberto Hülse. A placa publicitária com a logo da Rádio Marconi foi trocada por uma nova, dando bastante ênfase na nova frequência (NIERO, 2019).

Também com a intenção de aumentar a audiência, o gerente administrativo conta que as redes sociais da emissora, que não eram muito utilizadas quando estava no AM, foram

remodeladas após a migração e contratado um profissional para cuidar. “Queremos fortalecer os meios de comunicação para pegar esse público, é através das mídias sociais que estamos buscando pessoas mais jovens. Queremos continuar atendendo as de mais idade, mas também atingir o pessoal do *smartphone*” (NICLELE, 2019).

Ele ressalta que jovens de até 25 anos não são o público-alvo da Fundação Marconi, pois a programação é mais voltada às pessoas inseridas no mercado de trabalho, que buscam conhecimento, informação, gostam de música boa e não somente aquilo que está fazendo sucesso no momento. Ele afirma que no AM os ouvintes tinham a faixa etária de 50 a 80 anos, agora o alvo é a inclusão das pessoas entre 30 e 50 anos, mas tomando cuidado para não fazer mudanças radicais para manter os espectadores de antes.

Prata e Del Bianco (2018) destacam que há o desafio para as emissoras de se adaptarem à dinâmica das redes sociais para buscarem rendimentos através delas, ao mesmo tempo que cuidam para não perderem a essência que as trouxe até aqui. “Migrar também significa não perder a identidade e fidelidade ao público” (PRATA; DEL BIANCO, 2018, p. 64).

Para Niero (2019), desde a migração para o FM já foi perceptível o aumento da audiência, incluindo o público mais jovem. Ele afirma que já acreditava que teriam resultados positivos com a mudança, mas não esperava que fosse tão rápido e tão grande. Niclele (2019) reconhece que não tem números concretos relacionados ao crescimento de audiência, pois não foi realizada uma pesquisa de opinião ainda, mas prega que quem está no dia a dia da emissora notou a diferença.

De acordo com Niero (2019), a principal forma de perceber a ampliação no número de espectadores é através das interações do público.

A gente nunca recebeu tantos recados dos ouvintes, têm jornada que não conseguimos atender a todos, e isso não ocorre somente no futebol, mas no decorrer de toda a nossa programação. Desde que comecei no esporte não tínhamos o retorno que estamos tendo principalmente este ano. Eu posso garantir que o resultado está sendo surpreendente, acho que mais que triplicou as mensagens recebidas. Quando estávamos no AM, a gente recebia a maioria das mensagens de Urussanga e Cocal do Sul, com o FM recebemos de Araranguá, Criciúma, Florianópolis e até fora do Estado de pessoas que torcem para os clubes que vêm jogar contra o Criciúma e passam a nos ouvir. Na minha opinião, o futebol foi o que mais cresceu com a chegada do FM e ainda tem mais a crescer (NIERO, 2019).

Devido ao crescimento das interações, a equipe da jornada esportiva da Fundação Marconi promoveu uma mudança durante as transmissões das partidas. No quadro Tempo e Placar, que é quando o narrador atualiza o resultado e os minutos decorridos do jogo e o plantão esportivo faz um giro de informações de outras partidas, foram inseridas participações de

ouvintes, trazidas pelo plantonista através das mídias sociais. Além disso, mensagens recebidas pelos integrantes da equipe também são lidas por eles no decorrer do evento. O Tempo e Placar é realizado a cada dez minutos aproximadamente (NIERO, 2019).

A Rádio Marconi não possui um programa específico de esporte. Segundo Niclele (2019), “não tem material humano, um setorista lá no Criciúma, uma equipe de debate para poder ficar uma hora debatendo sobre os acontecimentos, então fica muito repetitivo”. Ele conta que já tiveram outras vezes e planejam criar novamente, por isso estão em busca de um profissional que se encaixe no perfil almejado.

Enquanto isso, o veículo possui dois programetes que são veiculados no decorrer de programas da emissora em formato de quadros: Informações do Criciúma, que traz notícias do clube cricumense, e Momento do Esporte, que abrange tanto o futebol quanto outros desportos, sejam profissionais ou amadores. Os programetes trazem informações rápidas e geralmente possuem duração inferior a cinco minutos. Conforme Niero (2019), se surge alguma notícia esportiva extraordinária no decorrer do dia, fora dos horários dos programas que contêm os quadros, a informação é levada aos ouvintes a qualquer momento da programação.

Antes da migração, cada programete comumente era realizado duas vezes ao dia de segunda a sexta-feira, durante os programas Comando Marconi, que entrava no ar das 7h às 10h, e Bicudo Show, das 10h às 13h. Com a reformulação da programação a partir da chegada do FM, os quadros passaram a ser realizados três vezes. Além de durante os programas Comando Marconi e Ponto de Encontro, que substituiu o Bicudo Show, foram inseridos no programa Giro Final, que foi criado após a mudança e é transmitido das 17h às 18h. Os programetes não possuem horários específicos para serem veiculados durante os programas. Estes são realizados conforme o planejamento de roteiro de cada produtor no dia (NIERO, 2019).

O Momento do Esporte não possuía vinheta no AM, apenas uma trilha sonora para identificar o quadro. No FM, além de ser criada uma vinheta para a abertura e encerramento, foi elaborado um slogan, sendo este “As últimas esportivas”. Os anúncios comerciais no começo do quadro passaram a ser gravados, junto com a vinheta, antes eram mencionados pelo locutor, que ainda faz desta forma no fim do programete. A trilha sonora foi mantida com a migração. As notícias trazidas nos quadros do dia são diferentes entre eles, já era assim anteriormente à mudança.

A vinheta do Informações do Criciúma era apenas um efeito sonoro de um som musical se propagando com eco, agora é um narrador apresentando o programete e com um efeito sonoro em segundo plano. O quadro também ganhou um slogan: “O dia a dia do Tigre”. Como o Momento do Esporte, os comerciais no início do programete passaram a ser gravados,

após a vinheta. No fim, continua sendo o locutor quem fala. A trilha sonora deste quadro também foi mantida com a mudança de espectro. Assim como já era no AM, os assuntos trazidos entre os quadros do dia são os mesmos, com exceção do programa Giro Final, onde o locutor repercute informações diferentes.

Soares (1994) destaca que a narração esportiva passou por uma série de sofisticções até chegar ao formato que é hoje e Prado (2012) complementa afirmando que ainda está em constante crescimento e inovação. Essas mudanças ocorrem para manter os ouvintes com o surgimento e crescimento de outros meios de comunicação.

A migração do AM para o FM trouxe à Fundação Marconi um gasto maior de operação de aproximadamente 25%. “No AM nós tínhamos um custo fixo de R\$ 75 mil, hoje eu largo de R\$ 92 mil” (NICLELE, 2019). No entanto, o retorno financeiro também aumentou, o acréscimo está na faixa de 40%. “A gente faturava de R\$ 85 mil a R\$ 90 mil, hoje faturamos R\$ 125 mil, R\$ 130 mil, R\$ 135 mil dependendo do mês. No começo do ano é um pouco mais parado, depois começa a engrenar em março, abril e maio” (NICLELE, 2019). Assim, é possível verificar que a mudança de espectro também trouxe um lucro maior à empresa.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou identificar o que mudou na programação esportiva da Rádio Fundação Marconi com a migração do espectro AM para o FM. Os objetivos específicos foram apresentar as características do rádio e da rádio AM e FM, identificar os programas de esporte da emissora objeto desta pesquisa enquanto AM, comparando com os programas esportivos enquanto FM, e assim descrevendo as mudanças que ocorreram a partir da migração.

Após analisar os programetes esportivos da Rádio Fundação Marconi antes e depois da migração do AM para o FM e através das entrevistas realizadas com o gerente administrativo e o narrador esportivo da emissora, observa-se que os objetivos elencados foram cumpridos no decorrer da pesquisa.

Por meio dos procedimentos técnicos utilizados foi possível observar que foram implementadas transmissões pré e pós-jornada constantemente na Rádio Marconi FM, o que só era realizado às vezes no AM. Foram reformuladas as trilhas sonoras e vinhetas, deixando mais modernas e aproveitando a qualidade sonora da frequência modulada, que é superior por não sofrer com interferências naturais e artificiais como a amplitude modulada.

A partir da migração, foram feitas mudanças na equipe de esportes, reduzindo o número de funcionários, tornando-os mais multimídias e levando profissionais mais jovens ao grupo, buscando atrair uma audiência diferenciada. Ainda houve acréscimo no investimento

para a transmissão das partidas devido à permanência dos patrocinadores, que ficaram com a chegada do FM, e a entrada de novos anunciantes. Fatos ocorreram pela frequência modulada atingir mais pessoas, já que onde o sinal alcança chega com boa qualidade sonora.

A ida da Fundação Marconi para o FM também permitiu que alcançasse o público que ouve rádio através de celulares, fazendo com que a audiência da emissora aumentasse inclusive em dias de jogos do Criciúma Esporte Clube. Não foi realizada uma pesquisa de opinião para quantificar a expansão da audiência, mas segundo os entrevistados foi algo notável e surpreendente. Sabe-se também que houve acréscimo pela ampliação das interações dos ouvintes durante toda a programação, tendo mais que triplicado. Tal aumento fez com que as jornadas esportivas fossem adaptadas para inserir mais participações dos espectadores.

Ainda foi adicionada na programação da Rádio Marconi mais uma edição de cada programete esportivo que a emissora possui. As redes sociais do grupo foram remodeladas, a fim de atingir um público mais jovem, e o foco de alcance começou a ser expandido. Entretanto, há o cuidado de não serem realizadas mudanças bruscas para não perder a essência local e a audiência dos ouvintes que já estavam no AM.

Com a migração, a emissora também teve aumento no seu lucro. O faturamento nos primeiros meses do ano, que é quando as receitas ainda estão crescendo, passou a ser de aproximadamente 40% a mais do que quando estava no AM. A expectativa para o restante do ano era de aumentar este valor.

Devido ao pouco tempo após a migração que esta pesquisa foi realizada, não há dados exatos de audiência. Além disso, ainda que a emissora tenha começado a implantar as mudanças após a troca de dial e foi se adaptando à nova realidade conforme foram surgindo as necessidades e novas ideias, é possível concluir que nem todas as alterações planejadas foram implementadas, isso também por causa do alto investimento que a empresa teve para conseguir fazer a troca, surgindo dificuldades financeiras para aplicar mais melhorias. Porém, já foi possível perceber que a migração do espectro AM para o FM trouxe à Rádio Fundação Marconi diversos resultados positivos. Mas há de se esperar que novas mudanças sejam efetuadas em seguida e tragam ainda mais consequências favoráveis.

Propõe-se, como sugestão de nova pesquisa, a realização de um estudo baseado em dados de uma pesquisa de opinião, para trazer à tona em números as melhorias que a migração de dial trouxe à Fundação Marconi. Também é sugerida uma análise de toda a programação da emissora ou ainda segmentada a outros setores, como por exemplo a mudança no jornalismo ou nos programas religiosos, até pelo fato de a Rádio Marconi estar buscando atingir um público mais jovem.

REFERÊNCIAS

ABERT. **Migração AM-FM**. Disponível em:

<https://www.abert.org.br/web/index.php/migracao-am>. Acesso em 19 de março de 2019.

ANTONIK, Luís Roberto. Prefácio 2. In: PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. (orgs.)

Migração do rádio AM para o FM: Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Florianópolis: Insular, 2018.

CAPINUSSÚ, José Maurício. **Comunicação e Transgressão no Esporte**. São Paulo: Ibrasa, 1997.

DEL BIANCO, Nélia R.; PRATA, Nair. A construção da política pública brasileira de migração do rádio AM para o FM. In: PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. (orgs.)

Migração do rádio AM para o FM: Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Florianópolis: Insular, 2018.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

MACCARI, Eliana. **Marconi: A mensageira do povo há 65 anos**. Disponível em:

<http://www.jvanguarda.com.br/site2012/2016/02/05/warning-htmlespecialchars-function-htmlespecialchars-charset-8859-1-not-supported-assuming-iso-8859-1-in-home2jvanguarpublic_htmlsite2012wp-includesformatting-php-on-line-3310-240/>. Acesso em 10 de maio de 2019.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed., 1991.

NICLELE, André. Entrevista concedida ao autor no dia 02 de maio de 2019.

NIERO, Rafael. Entrevista concedida ao autor no dia 02 de maio de 2019.

POLETTTO, T. R. *et al.* **A transmissão esportiva no rádio**. Disponível em:

<<http://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/anaisvinci/article/download/998/974>>. Acesso em 15 de maio de 2019.

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

PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. A migração do rádio AM nos estados brasileiros. In: PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. (orgs.) **Migração do rádio AM para o FM:**

Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Florianópolis: Insular, 2018.

RÁDIO MARCONI. **A notícia que a Marconi AM 780 não deu!** Disponível em:

<<https://radiomarconi.net/2018/11/06/a-noticia-que-a-am-780-nao-deu/>>. Acesso em 10 de maio de 2019.

SET. **O adeus ao AM.** Disponível em: <<http://www.set.org.br/revista-da-set/o-adeus-ao-am/>>. Acesso em 06 de setembro de 2018.

SOARES, Edileuza. **A bola no ar:** o rádio esportivo em São Paulo. Summus Editorial, 1994.

SOUSA, Charles de; NIERO, Rafael Farias. **Monsenhor Agenor Neves Marques e o voo da Andorinha Mensageira.** Disponível em:

<http://www.site.satc.edu.br/admin/arquivos/31352/Projeto_de_Radio_-_Charles_de_Sousa_e_Rafael_Farias_Niero_-_Projeto_Escrito.pdf>. Acesso em 10 de maio de 2019.

TUDO RÁDIO. **Mapa da atualização do tudoradio.com** | Últimas do rádio! Disponível em: <<https://tudoradio.com/conteudo/ver/45-o-radio-migracao-das-ams-levantamento-no-fm>>. Acesso em 06 de setembro de 2018.

_____. **O Rádio:** Migração das AMs para a faixa FM. Disponível em:

<<https://tudoradio.com/conteudo/ver/41-o-radio-migracao-das-ams-para-a-faixa-fm>>. Acesso em 06 de setembro de 2018.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar** - a história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, 2012.

_____. Prefácio 1. In: PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. (orgs.) **Migração do rádio AM para o FM:** Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Florianópolis: Insular, 2018.