

Rumo ao FM: Impasse e Expectativa em Rádios AM Curitibanas

João Cubas Martins

Relações Públicas formado pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR) e jornalista formado pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre e doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM/UFPR).
E-mail: joaocubas@ufpr.br

Maíra Rossin Gioia de Brito

Jornalista formada pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas) com especialização em Comunicação Organizacional e mestrado em Estudos de Linguagens pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Atualmente é doutoranda em Comunicação na Universidade Federal do Paraná (UFPR) e coordenadora do Núcleo de Jornalismo da Agência Escola UFPR.
E-mail: mairargioia@gmail.com

José Carlos Fernandes

Professor do curso de Comunicação Social – Jornalismo e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Possui doutorado e mestrado em Estudos Literários pela UFPR, especialização em História da Arte no Século XX pela Escola de Música e Belas Artes do Paraná (Embap). É graduado em Filosofia pelo Cearp (1985), em Jornalismo pela UFPR e em Gravura pela Escola de Belas Artes do Paraná (1993).
E-mail: zeca@ufpr.br

Valquíria Michela John

Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora do Programa de Pós-Graduação em

Resumo: As reflexões deste artigo partem de uma premissa bem provocativa: a recepção não é apenas uma etapa do processo de comunicação. É um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação. Ela não é uma etapa como sugerido pela escola norte-americana, que de algum modo nos impingiu uma espécie de história artificial, durante anos estudada pela sociologia, essencialmente a economia do emissor, e, posteriormente, pela análise semiótica da ideologia da mensagem. Procurando romper com a concepção “etapista”, quero propor que a recepção se constitui numa espécie de metáfora de reencontro dos estudos da comunicação com a sociedade latino-americana de hoje – e não dos anos 1970, quando os estudos de comunicação começaram a ter importância nas escolas e na sociedade.

Palavras-chave: recepção, estudos culturais latino-americanos, comunicação social.

América Latina y los Años Recientes: el Estudio de la Recepción en la Comunicación Social

Resumen: Las reflexiones de este estudio parten de una premisa bastante provocativa: la recepción no es solo una etapa del proceso de comunicación, sino un lugar nuevo, donde debemos repensar los estudios y la investigación en comunicación. No es una etapa como lo sugería la escuela norteamericana, que de algún modo nos impuso una especie de historia artificial, estudiada durante años por la sociología, esencialmente la economía del emisor, y, posteriormente, por el análisis semiótico de la ideología del mensaje. Tratando de romper con la concepción “etapista”, quisiera proponer que la recepción se constituye en una especie de metáfora del reencuentro de los estudios de la comunicación con la sociedad latinoamericana actual, y no con la de los años 1970, cuando los estudios de comunicación comenzaron a cobrar importancia en las escuelas y en la sociedad.

Palabras clave: recepción, estudios culturales latinoamericanos, comunicación social.

Latin America and Recent Years: The Study of Reception in Mass Communication

Abstract: These reflections are based on a rather provocative premise: reception is not merely a stage in the communication process, it is a new place from which we must rethink communication studies and research. It is not a stage, as suggested by the North American school, that somewhat imposed on us a kind of artificial history, studied for years by sociology—essentially focusing on the economics of the sender—and later by the semiotic analysis of the ideology of the message. Seeking to break away from this “staged” conception, I propose that reception constitutes a kind of metaphor for reconnecting communication studies with today’s Latin American society—and not that of the 1970s, when communication studies began to gain importance in schools and society

Keywords: reception, Latin American cultural studies, mass communication

Comunicação (PPGCom) e da graduação do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Paraná (Decom/UFPR). Vice-líder do grupo Nefics. Coordena o grupo Obitel UFPR, integrante da Rede Obitel Brasil. Atua na Agência Escola de Comunicação Pública e Divulgação Científica da UFPR e no Programa Interinstitucional Ciência Cidadã na Escola. Bolsista PQ2 CNPq. É vice-presidente da Compós. E-mail: vmichela@gmail.com

¹ . A faixa estendida refere-se à extensão da faixa de transmissão FM entre 76,1 e 87,3 MHz, além da faixa convencional de 87,5 a 108 MHz. Anteriormente, o espectro era utilizado para transmitir canais de televisão VHF 5 e 6 antes da transmissão da televisão digital no Brasil e que foram desativados.

A migração das rádios em amplitude modulada (AM) para frequência modulada (FM) é um processo que completa sua primeira década no Brasil. Desde 2013, mais de mil emissoras brasileiras passaram a transmitir nesta faixa. Porém, para uma parcela dessas rádios, em especial nas capitais, não houve espaço na faixa tradicional (após 87,5 MHz). A alternativa encontrada pelo Ministério das Comunicações (MCom) foi a inserção na faixa estendida¹. As transmissões nessa nova faixa tiveram início em maio de 2021. Dez emissoras, localizadas em sete capitais brasileiras, foram autorizadas pelo MCom a emitirem seus sinais em caráter científico, ou seja, em menor potência do que a definitiva, por 60 dias. Após esse período, as emissoras poderiam irradiar as potências determinadas pelo MCom e continuar, por até cinco anos, com as transmissões em AM, de maneira facultativa. Esse processo interfere na forma como os ouvintes recebem os sinais, na programação dessas rádios e, especialmente, no modo como os radiodifusores procuram soluções para esse reposicionamento, nas áreas tecnológicas e editoriais, sendo estes o foco desse estudo.

Além do fato de a nova faixa não ser sintonizável em todos os aparelhos, o rádio em si enfrenta uma forte concorrência para sobreviver nas configurações em que foi concebido há mais de cem anos. A disputa com a TV, *sites* e, mais recentemente, com outras plataformas digitais, como os serviços de *streaming*, foram desafios impostos a esse veículo que, com resiliência, permanece presente no ecossistema midiático, a despeito das mudanças e da presença de outros meios. Além disso, a ausência da faixa AM em diversos dispositivos é um dos motivos que levam ao esquecimento da faixa pelo mercado e ouvintes (Farias & Zuculoto, 2017).

No cenário atual, é necessário considerar a transformação e adaptação do rádio com o uso da Internet. Kischinhevsky (2016, p. 22) entende “como rádio tudo aquilo que a sociedade considera rádio . . . É um meio que transmite, na forma de sons, conteúdos jornalísticos, de serviço, de entretenimento, musicais, educativos e publicitários”. O autor defende que não se deve tratar de rádio no sentido de tecnologia de transmissão de ondas hertzianas e, sim, como o que constituiria o radiofônico, o seu conteúdo. Por tudo isso, a migração das emissoras AM para a faixa FM pode ser “uma possibilidade de resignificação do meio, enquanto uma política pública, que pode representar crescimento e atualização técnica e de conteúdo para empresas de rádio” (Prata & Del Bianco, 2018, p. 36).

Com o presente artigo, cujos resultados fazem parte da dissertação de um dos autores (Martins, 2024), espera-se contribuir para o entendimento do fenômeno da migração AM/FM, a respeito dos entraves à migração, da interferência do cenário político e econômico, das questões administrativas e políticas que emergem do processo e da expectativa de reformulação na programação. São objeto da pesquisa duas das mais tradicionais emissoras AM da capital paranaense. Uma delas já está no ar na faixa estendida e a outra permanece no AM: Banda B e Difusora, respectivamente. O estudo se justifica também pois, em números absolutos, de acordo com dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), em 2024, o Paraná é o segundo estado brasileiro com maior número de rádios em processo de saída da faixa AM concluído, com 154 emissoras, perdendo apenas para São Paulo, que possui 219 rádios migrantes.

Para tanto, foi realizado um levantamento bibliográfico para delinear os principais fatos que envolveram a migração AM/FM nos aspectos tecnológicos e políticos (por se tratar de uma concessão pública) e a convergência tecnológica, considerando o rádio hoje em um contexto expandido (Kischinhevsky, 2016) e hipermediático (Lopez, 2010). Por fim, a etapa de campo envolveu entrevistas realizadas com gestores das duas emissoras. De maneira geral, os radiodifusores anseiam pela transição para a faixa FM, devido aos desafios enfrentados pelas emissoras para garantir sua permanência no ar. No entanto, como o processo ainda está em andamento, restam muitas incertezas quando ao futuro e a organização da programação, faturamento e audiência na faixa estendida.

Como Chegamos Até Aqui?

Nos anos 1980, houve a expansão e consolidação do rádio em FM no Brasil. Ao oferecer uma qualidade de som superior, as rádios passaram a investir em alcance e audiências segmentadas. As emissoras encontraram espaço para anúncios em outros meios, como a realização de grandes shows, e se vendiam como grandes intermediárias do negócio da música. Ter equipamentos de reprodução sonora para a escuta de rádio se tornou um fator de status e de promoção pessoal (Kischinhevsky, 2016). As estações em FM, beneficiadas por uma maior qualidade de áudio mais elevada, adotaram o modelo estadunidense, focado majoritariamente em programação musical. Por outro lado, as rádios AM se especializaram na prestação de serviços e nas transmissões esportivas, por meio de uma linguagem mais acessível e popular (Betti, 2015).

Nos anos 1990, o início das transmissões via-satélite significou uma quebra de paradigma, na medida em que muitas emissoras do interior passaram a transmitir programações uniformes, no padrão dos grandes centros. Nesse contexto, restou à AM o reforço na informação local (Farias & Zuculoto, 2017).

Na década seguinte, tiveram início as discussões sobre a digitalização das transmissões radiofônicas. Ao contrário do que aconteceu com a TV, em que este processo passou pela transmissão e recepção, o rádio manteve a evolução tecnológica apenas do estúdio para dentro. Fitas K7 deram lugar a modernos equipamentos de programação, em que muitas vezes a presença do locutor se torna dispensável. Porém, as decisões governamentais mostram que o setor ainda permanece aos sabores do mercado (Kischinhevsky, 2016). Para o autor, a escolha pela migração das rádios AM para o FM refletiu “a preocupação de assegurar espaço na maior base de receptores do país na atualidade – os telefones celulares” (p. 57) e, em sua essência, o autor define a migração como de “analógica para analógica”.

Durante anos, assim como na TV digital, consórcios estadunidenses, europeus e japoneses ofereceram soluções para trazer ao rádio AM a qualidade de FM e com possibilidade de multiprogramação. De acordo com Kischinhevsky (2016), durante os anos 2000, houve testes em que as soluções se mostraram aquém da tecnologia analógica. Em 2007, pesquisadores da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom) e o Ministério das Comunicações, ocupado na época pelo jornalista Hélio Costa, viabilizaram diretrizes de como ocorreria a digitalização, mas a saída do ministro e a visão dos empresários de comunicação arrefeceram a discussão. A popularização da Internet e do uso do celular para acessar o rádio FM fizeram com que não houvesse mais interesse pelos testes de rádio digital (Del Bianco, 2013, p. 60).

A indefinição da política adotada pelo Brasil impactou a gestão das rádios. Melech et al. (2007) registraram o desinteresse das emissoras de Curitiba (PR), na época, em participar dos testes para o rádio digital. As emissoras consultadas na pesquisa se subordinavam aos testes realizados em outros estados, enquanto os jornalistas paranaenses que atuavam no rádio estavam distantes desse processo.

Enquanto os dirigentes das emissoras parecem ter interesse em adiar ao máximo a digitalização no Paraná, por questões financeiras e comodidade diante da necessidade de grandes mudanças em suas rotinas produtivas, a maioria dos jornalistas que atuam no rádio paranaense vive uma realidade muito distante desse processo. Enfrentando um quadro de excesso de trabalho e falta de equipamentos, muitos estão mal-informados e totalmente despreparados para a transformação que o rádio digital deve imprimir ao seu cotidiano. (Melech et al., 2007, p. 12)

Del Bianco (2013) enfatiza que na disputa em torno do digital e da migração para o FM, prevalecia o futuro do rádio no Brasil, “em termos de investimentos, desenvolvimento de novos conteúdos e linguagens, convergência e ampliação da base de ouvintes” (p. 60).

Com a inconclusão dos estudos referentes à digitalização, o governo brasileiro ofereceu aos radiodifusores a possibilidade de migração para a faixa FM. No dia 7 de novembro de 2013, Dilma Rousseff assinou o Decreto nº 8.139, que delimita as condições para a extinção do serviço de radiodifusão em ondas médias de caráter local (com potência de até 1 kW) e para a adaptação das outorgas vigentes para a execução desse serviço em frequência modulada. Segundo o Decreto, as emissoras AM tinham o prazo de um ano para solicitar a adaptação de suas outorgas, devendo arcar com as taxas correspondentes ao uso da radiofrequência estabelecidos pela Anatel e pelo MCom.

Em 18 de março de 2016, a Rádio Progresso, de Juazeiro do Norte/CE, tornou-se a primeira emissora do país a migrar da faixa AM para FM. Nos anos seguintes, os chamados mutirões do governo federal viabilizaram a assinatura da documentação da migração nos estados (Migração AM-FM, 2023). Até setembro de 2024, das mais de 1.700 emissoras brasileiras originárias no AM outorgadas pela Anatel, 1.679 haviam solicitado a migração para a faixa FM. Destas, 1.280 estavam com os processos de migração concluído junto ao MCom. Em números relativos, os estados de Roraima e Santa Catarina estão com o processo mais avançado, com mais de 95% das emissoras transmitindo em FM.

Em números absolutos, São Paulo (219), Paraná (154) e Minas Gerais (148) são os estados com mais rádios que estão saindo da faixa AM, seguidos de Rio Grande do Sul (112), Santa Catarina (102). Bahia e Ceará, com números próximos a 60 rádios, vão na sequência, o que indica que o processo está mais avançado no Centro-Sul do Brasil (Migração AM/FM, 2024).

De acordo com a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), o prazo final para a digitalização da televisão em todo o Brasil seria em 31 de dezembro de 2023, quando haveria o término do processo de desligamento do sinal analógico da televisão brasileira e consequente disponibilização das faixas 5 e 6 para o uso em FM na Faixa Estendida. Porém, no dia 8 de dezembro, o MCom publicou a Portaria nº 11.476, que estendeu até junho de 2025 o prazo para o encerramento das transmissões analógicas de TV aberta nas 1.005 cidades brasileiras em que o serviço ainda permanece.

Vale destacar que o processo de migração não é obrigatório. As estações que não solicitaram a migração para o FM poderão continuar no ar em AM. O que será extinto é a categoria de AM local, ou seja, as estações de baixa potência, com até 1.000 Watts de potência. As locais que operam em AM e não desejam ir para o FM, deverão migrar para outras categorias de operação na faixa AM (regional e nacional).

Ainda há um número significativo de emissoras em processo de adaptação a essas mudanças tecnológicas e regulatórias, seja por questões técnicas ou financeiras. É importante observar que a migração de AM para FM é um processo complexo, que envolve investimentos em infraestrutura, adequação de equipamentos, obtenção de novas outorgas e autorizações, entre outros procedimentos. Ainda assim, muitas emissoras têm buscado realizar essa migração visando aproveitar os benefícios oferecidos pela faixa FM e se adequar às preferências e demandas do público ouvinte.

Nesse cenário, o fator econômico pesa. De acordo com dados do Ministério das Comunicações, obtidos pela Revista Piauí, 156 emissoras AM locais decidiram fechar as portas durante o processo de migração. Ainda conforme a publicação, embora houvesse pedidos de ajuda ou incentivo ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), nenhum deles foi aceito para esse tipo de migração (Faddul, 2023).

Dois casos exemplificam essa realidade. A Rádio Pelotense 620 AM, no Rio Grande do Sul, foi uma das que encerrou suas atividades. Inaugurada em 1925, era a rádio mais antiga do estado. Com um patrimônio negativo estimado em R\$ 13 milhões, não resistiu à mudança e fechou as portas em agosto de 2023. O terreno onde estava o transmissor AM, localizado em uma área valorizada da cidade, foi vendido para um supermercado (Freitag-Júnior, 2023).

Mais emblemático é o fechamento da Rádio Clube do Recife, considerada a primeira emissora brasileira, criada por estudantes radioamadores em 6 de abril de 1919 (Ferreira, 2022). A diretoria da rádio não divulgou publicamente os motivos que levaram a essa decisão. Entretanto, de acordo com profissionais da emissora, o encerramento das atividades, ocorrido em 7 de dezembro de 2023, foi devido “às dificuldades de renovação e inovação do meio de comunicação” (“Equipe da Rádio”, 2023). A Rádio Clube se caracterizou pela tradição nas transmissões esportivas e, em 2021, tornou-se Patrimônio Cultural Imaterial do Recife.

Em 2019, uma pesquisa verificou o possível reposicionamento de 238 emissoras AM que migraram para o FM. Na ocasião, mais uma vez apareceu a expectativa do aumento da audiência, especialmente pelo smartphone. Por essa razão, as emissoras pesquisadas investiram em sites, aplicativos para celular, fanpage no Facebook, perfil no Twitter e, em alguns casos, perfil no Instagram e canal no YouTube (Lopez et al., 2019, p. 5). Na ocasião, grande parte das emissoras esperava remodelar programas existentes (57,73%) e aumentar da programação jornalística (45,36%), (Lopez et al., 2019, p. 6). Havia também o desejo de trazer utilidade pública à programação com mais jornalismo, mas por outro lado, um barateamento de custos ao aderir a uma rede.

Com esses dados, Lopez et al. (2019) perceberam que a migração trazia, em suas impressões iniciais, uma expectativa de sobrevivência ao meio, com aumento no faturamento no primeiro ano de novo dial. Porém, isso não era uma regra, pois para muitas delas isso ainda era uma perspectiva, que variava o seu grau de acordo com a emissora. (Lopez et al., 2019, p. 14). Ainda assim, as autoras acreditavam na confiança que o veículo possui para garantir que as empresas poderiam se adaptar a essas mudanças.

Em 2023, os pesquisadores Nair Prata, Nélia Del Bianco e Tito Ballesteros realizaram um estudo sobre o Rádio AM na América Latina. O cenário é similar ao brasileiro. Nos países vizinhos, digitalização e a migração não avançaram a largos passos e o consumo do rádio AM segue residual. Ainda que a informação local se propague de forma muito rápida pela Internet, o rádio segue como um canal de confiança da comunidade, em especial em regiões mais afastadas dos grandes centros urbanos. “O AM tem a virtude de chegar aos lugares mais remotos do território nacional, ali, onde as OTTs², os podcasts e outras produções audiovisuais não são vistos, porque simplesmente não há Internet” (Matías, 2023, p. 293).

². OTT (*over-the-top*) é uma expressão que se refere a serviços de conteúdo que são transmitidos pela internet, sem a necessidade de usar caixas de cabo ou ondas de rádio.

As Rádios Analisadas

Este estudo propõe a análise de um fenômeno social em curso que é a migração AM/FM. Para isso, lança-se mão da teoria das representações sociais, proposta pelo romeno naturalizado francês Serge Moscovici. O autor estabelece que é possível compreender conhecimentos plurais que reforçam a identidade de grupos. Na obra *Representações sociais: investigações em psicologia social*, Moscovici (2003) mostrou como os processos de mudança social são influenciados não apenas por grupos majoritários, mas também por grupos minoritários ou ainda pelas minorias. Sendo assim, o estudo se pauta do fato de que as emissoras AM também fazem parte da mudança social provocada pela transformação tecnológica.

Além disso, a classificação proposta por Ferraretto (2013, p. 54) é utilizada aqui para definir a segmentação das emissoras estudadas, considerando segmentação “como um processo em que, a partir da conciliação entre os anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos do emissor e do receptor, além da identidade construída pelo primeiro, foca-se o rádio em uma dada parcela do público”. As duas emissoras estudadas podem ser classificadas como populares, característica do rádio produzido na faixa AM nas últimas décadas, pois “por vezes com práticas próximas do populismo – o comunicador que se coloca como um representante do povo ou uma espécie de defensor de suas causas –, apresenta programação baseada na simulação de uma conversa coloquial com o ouvinte” (Ferraretto, 2013, p. 55).

Rádio Banda B

A rádio Banda B existe desde 1999, veiculando sua programação em AM (em que é a líder em audiência) e na faixa estendida de FM desde 2021. A emissora, de propriedade da família do ex-deputado estadual Luiz Carlos Martins, falecido em 2024, tem um perfil popular e uma programação generalista em formato relógio (Ferraretto, 2014), no qual predominam conteúdos jornalísticos e de variedades.

³ . <https://www.bandab.com.br/>

Outro ponto de destaque da Banda B é que a emissora tem forte presença nas redes sociais e investe em seu portal de notícias³, que veicula notícias feitas pela equipe de jornalismo e de sites parceiros, como o Metrôpoles. Dessas inserções digitais vem boa parte do faturamento da rádio, ainda que sofram com as políticas de distribuição das notícias pelas redes comandadas pelo Meta.

Não houve grandes modificações na estrutura da rádio entre 2022 e 2023, com exceção da cobertura esportiva, que teve uma diminuição de 50% no pessoal envolvido a partir de julho de 2023. Nesse período, também ocorreu a não reeleição do proprietário da rádio após várias legislaturas. De acordo com a jornalista e diretora executiva da rádio Denise Mello, em entrevista a um dos autores, isso não interferiu na Banda B, uma vez que Luiz Carlos Martins continuou com o seu programa normalmente até o seu falecimento, em julho de 2024. A única diferença é que aumentou a participação de outros comunicadores dentro da atração.

Rádio Difusora

A rádio Difusora está no ar desde 1956 e é parte do Sistema Integrado de Rádio (Sira) (Quadros et al., 2011). Também fazem parte desse grupo empresarial as rádios Ouro Verde FM e Caiobá FM. Passou por fases em que houve ênfase à música instrumental e ao automobilismo mas, desde 1984, mantém a programação mais popular, segundo o radialista e coordenador artístico das rádios, Cassiano Silvério, em entrevista concedida a um dos autores. A programação atual da Difusora é ao vivo das 5h às 12h, com períodos em rede com a Caiobá e a Ouro Verde, e gravada no restante do dia, com músicas voltadas ao público adulto, como sertanejo raiz, samba e jovem-guarda.

O complexo em que as três rádios se situam, no Bairro Cristo Rei, em Curitiba/PR, encontra-se em reformas visando futuras transmissões em conjunto pelas três emissoras. Ainda assim, a migração era vista com ressalvas pelo gestor entrevistado, uma vez que a emissora, embora tenha transmissores em Piraquara, na Região Metropolitana, tem concessão em Curitiba e, por este critério, receberia uma frequência na faixa estendida. Porém, após solicitações ao MCom e à Anatel, que envolveram a redução da potência da rádio, a emissora recebeu a outorga para uso da frequência 101,9 Mhz, que ainda não tinha ido ao ar até setembro de 2024.

Metodologia

Após a análise da legislação e da bibliografia disponível sobre o tema, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com gestores das duas rádios selecionadas, que ocorreram em duas fases: entre outubro e dezembro de 2022 e em dezembro de 2023. As perguntas versaram sobre os processos técnicos e burocráticos da migração; custos, realidade do mercado, competição pela audiência e programação, entre outros aspectos. A escolha da técnica se justifica em virtude de que “a entrevista pode ser um importante método de investigação, pois se trata de uma “encenação livre daquilo que esta pessoa viveu, sentiu e pensou a respeito de alguma coisa” (Bardin, 2016, p. 93). Seja ela mais estruturada ou mais aberta, o discurso do entrevistado é orquestrado de acordo com a sua vontade. A autora explica ainda que, embora a entrevista permita uma série de inferências, é necessário considerar a singularidade dos entrevistados (Bardin, 2016, p. 94). O estudo se pautou ainda pela aplicação de entrevistas semiestruturadas, que provocam a conversação, introduzindo o tema de maneira a não influenciar determinadas respostas do entrevistado (Vilela, 2006).

Nesse contexto, a inferência é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada (Fonseca-Junior, 2011, p. 284). De acordo com Bardin (2016), as inferências devem refletir valores tais como: as concepções ideológicas de uma sociedade, imagens, clichês, arquétipos culturais, sistema de crenças, estereótipos sociais, representação.

A partir disto, é possível determinar algumas inferências que podem ou não ser comprovadas em pesquisa de campo. Afinal, não é possível ignorar que um determinado discurso ocorre em função de um contexto e que algumas condições do contexto influenciam na construção do discurso (Fonseca-Junior, 2011, p. 283). No exemplo das rádios migrantes de Curitiba-PR, algumas inferências podem ser: mudança de programação em busca de um novo público; ajustes nas equipes em função dos maiores custos de transmissão; mudanças na programação, na linguagem e na relação com o ouvinte; a intensificação do uso de redes sociais para transmissão e interação; sujeição a marcos regulatórios governamentais, entre outros. Além disso, após uma entrevista-teste com um proprietário de rádio migrante (Martins, 2022), foi possível determinar algumas categorias de análise para entender o fenômeno da migração AM, as quais serão elencadas a seguir.

O que Dizem os Gestores?

Para melhor compreensão, optou-se por classificar elementos em categorias, permitindo o agrupamento a partir de parte em comum entre eles. Dessa maneira, o material foi selecionado entre os seguintes extratos:

1. entraves à migração;
2. interferência do cenário político e econômico brasileiro;
3. questões políticas e administrativas que emergem do processo;
4. expectativa de reformulação na programação.

Entraves à Migração

Nessa categoria, buscou-se entender, de maneira geral, os aspectos que dificultavam a migração das emissoras em definitivo para a faixa de FM estendida.

As rádios Banda B e Difusora concordam que, em relação a outros locais do Brasil, a migração em Curitiba andou mais devagar (porém, na verdade, entre as capitais, apenas São Paulo e Porto Alegre têm mais migrantes). Além disso, a falta de acessibilidade à nova faixa nos aparelhos convencionais e a não-digitalização foram aspectos que apareceram com mais evidência nos relatos.

Na visão da gestora da rádio Banda B, um dos entraves à migração é que não havia dinheiro em caixa para estruturar em definitivo a transmissão em FM da rádio, “a não ser que a família [proprietária] banque” (Mello, comunicação pessoal, 7 de dezembro de 2022).

Houve menção também de uma tentativa de ida para o FM alugando a frequência 107,1 Mhz, o que se mostrou inviável, em 2019 e que não havia uma expectativa de retorno imediato dos investimentos já realizados para a migração até aquele momento. “Mas se isso vai se pagar, eu hoje não sei, é uma aposta e vão sobreviver poucos. Imagina quando acabar [a faixa AM]. O que vai acontecer?” (Mello, comunicação pessoal, 5 de dezembro de 2023).

A falta de acesso a aparelhos com a faixa estendida também foi uma das dificuldades reportadas por Mello.

A Banda B distribui em sorteios rádios digitais. Mas ainda é muito aquém do que seria o necessário para você de fato dentro de uma faixa estendida, para você ter uma concorrência no mínimo justa, né com quem está na faixa normal do FM. (Mello, comunicação pessoal, 5 de dezembro de 2023).

Outro entrave é acostumar a audiência fiel a mudar de frequência. Essa seria uma das razões pela emissora ainda não ter desligado o seu transmissor AM. Por outro lado, Mello vê com bons olhos este público fixado na antiga faixa de transmissão, por ser ele que garante a audiência e o retorno financeiro no contexto atual.

Na opinião do coordenador da rádio Difusora, o investimento para transmissão na faixa estendida é a fundo perdido. Uma das razões é a injustiça com que vê emissoras de cidades vizinhas e que alcançam Curitiba conseguirem migrar para a faixa tradicional (após 87,5 Mhz). Assim, como a Banda B, a falta de aparelhos receptores da faixa estendida também é um complicador no processo.

Como é que você vai convencer as pessoas a comprarem um aparelho novo? Como vai fazer upgrade de algo que não tem como fazer? . . . vai chegar em um dado momento em que eles vão querer forçar uma situação para que a gente vá para a FM em um dial (estendido), é como se estivesse nos jogando em um precipício. (Silvério, comunicação pessoal, 21 de outubro de 2022)

Uma contraproposta defendida por Cassiano Silvério é que se haja um reposicionamento para acomodar a Difusora e outras emissoras na faixa tradicional, mesmo que para isso outras FM já existentes tenham que deslocar suas frequências. “Se vier alguma solicitação pedindo pra gente realocar ou a 105.5 ou a 102.3 ou para frente ou para trás a gente vai abraçar . . . essa é a nossa grande esperança” (Silvério, comunicação pessoal, 18 de dezembro de 2023).

Há casos relatados por Silvério de outras emissoras que antes não chegavam em Curitiba e que agora exploram esse mercado na faixa tradicional após a migração, o que é considerado injusto, uma vez que o ouvinte da Difusora, de acordo com o relato, teria dificuldades em acessar a rádio em outro aparelho que não seja aquele com o qual acessa a rádio costumeiramente.

Por fim, o desligamento do AM está fora de cogitação neste momento. “OK, vamos para lá [faixa estendida], mas a gente não vai poder desligar a AM. Se desligarmos, a gente literalmente deixa de existir” (Silvério, comunicação pessoal, 18 de dezembro de 2023).

A digitalização das transmissões radiofônicas em ondas hertzianas é uma alternativa que, se aplicada, poderia ter dado maiores condições de competição no mercado, na visão do gestor da rádio Difusora.

Se fosse o DRM que é o Digital Radio Mondiale, então ali a gente poderia por exemplo na frequência 102,3 MHz (da Caiobá, outra emissora do grupo) estar com as três, em vez de ficar três dials diferentes, exatamente não sei como não foi possível isso. (Silvério, comunicação pessoal, 21 de outubro de 2022)

Os relatos corroboram Lopez et al. (2019), que identificaram que no início a possibilidade de migração trouxe esperança aos gestores, com possível aumento no faturamento nos primeiros meses no novo dial, o que ainda não se concretizou. Porém, percebe-se que os gestores ainda desconfiam como essa mudança se efetivará, devido ao pequeno alcance que a faixa estendida possui.

Interferência do Cenário Político e Econômico Brasileiro

Nesta categoria, avaliou-se como aspectos externos, como a transição entre os governos de Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva, a política do MCom e os resultados da economia afetaram a consecução dos planos de migração das duas emissoras.

Como consenso, os dois entrevistados reforçam a falta de incentivo governamental para a popularização da comercialização de aparelhos receptores com faixa estendida, além da morosidade para avanço do processo migratório das que ainda não saíram da faixa AM.

Para a diretora da rádio Banda B, o custo das novas outorgas deveria ser proporcional ao faturamento comprovado das emissoras, para não onerar os radiodifusores. “Deveria ter alguma comprovação, por exemplo, do faturamento. Quantos meses de faturamento leva para obter-se 700 mil, 1 milhão” (Mello, comunicação pessoal, 7 de dezembro de 2022). Outro ponto que ela vê com injustiça é que grandes grupos de mídia, que têm outras empresas para ajudar na diluição dos custos, levariam vantagem sob este aspecto. “Empresas que fazem partes de redes se financiam, conseguem pagar e entram no ar . . . Alguns não entraram porque não tem condição e em algum momento eles vão cair” (Mello, comunicação pessoal, 7 de dezembro de 2022).

Na segunda entrevista, após a troca de governo, a percepção é a de que a migração das Rádios AM não seria uma prioridade dos novos mandantes.

O que a gente lamenta é a falta de incentivo do governo federal, de uma atenção para essa migração do AM no Brasil inteiro e não teve . . . Muita coisa ficou sem se resolver no governo Bolsonaro, muita coisa para resolver no governo Lula e fica um limbo. Não se tem atenção para esse assunto no Brasil. (Mello, comunicação pessoal, 5 de dezembro de 2023)

As questões econômicas também atingiram o investimento na força de trabalho da emissora. Com a redução das verbas em 2023, a equipe responsável pelo futebol foi reduzida. Mas há a expectativa da retomada das contratações.

Por enquanto, nesse começo, janeiro fevereiro e março nós não vamos contratar. Mas a nossa expectativa é realmente, a partir do segundo trimestre, aí ampliar a equipe, mas é tradicionalmente o primeiro trimestre é muito difícil comercialmente para todo mundo. (Mello, comunicação pessoal, 5 de dezembro de 2023)

De acordo com o relato de Cassiano Silvério, o que falta é uma conversa mais direta entre o governo e o empresariado, para entender como uma campanha de troca de aparelhos, como ocorreu com a TV, poderia ser incentivada. “Isso vai ter que ser uma conversa direta com profissionais de mercado, não só quem entende de juridiquês, mas também quem entenda de comércio” (Silvério, comunicação pessoal, 21 de outubro de 2022).

Outra questão levantada pelo gestor é o acompanhamento das ações junto às associações de emissoras, que representam as rádios junto à classe política. “Estou sempre acompanhando Abert, Aerp, todo esse processo aí de migração e tentando ficar a par disso tudo . . . Nós vamos ter que achar uma solução para isso, conversar” (Silvério, comunicação pessoal, 21 de outubro de 2022).

Na segunda rodada, o gestor da rádio Difusora expressou sua insatisfação com os impasses com que o assunto migração foi tratado nas esferas governamentais. “O governo ficou com esse Juscelino Filho (ministro das comunicações do governo Lula) que enrolou, enrolou, enrolou e não decidiu nada” (Silvério, comunicação pessoal, 18 de dezembro de 2023). Na época da entrevista (dezembro de 2023), havia rumores de uma troca ministerial, o que não havia ocorrido até setembro de 2024, data do fechamento do artigo.

Nota-se que a interferência do cenário político e econômico brasileiro foi e está sendo determinante para a tensão no processo de migração das rádios, como enfatizou Del Bianco (2013) ao afirmar que aspectos como a disputa em torno do digital e da migração orientaram o futuro do meio radiofônico.

Questões Políticas e Administrativas que Emergem do Processo

Observou-se que uma parcela considerável das emissoras brasileiras tem buscado se adaptar às mudanças tecnológicas e regulatórias migrando para a faixa FM. Elas se pautam pelos benefícios dessa frequência, como melhor qualidade de áudio, maior alcance e a possibilidade de transmissão em estéreo. Mas o processo tem uma contrapartida e parte dela esbarra em questões políticas e administrativas que ainda não foram solucionadas e são o foco desta categoria. Investimentos

em infraestrutura, adequação de equipamentos, obtenção de novas outorgas e autorizações, entre outros procedimentos, são alguns dos exemplos citados pelas rádios participantes desse estudo.

Há consenso entre os gestores da Banda B e da Difusora que os custos, tradicionalmente influenciados pelas questões políticas, impactam as decisões administrativas. A falta de incentivos para a compra de receptores é a principal crítica tecida pelos gestores. A diretora executiva da Banda B faz um comparativo com a campanha veiculada quando houve a digitalização da televisão no Brasil. Na época, houve incentivo para a compra do equipamento necessário para receber o sinal, o que não é visto no caso da migração das rádios.

Você lembra quando ouve a migração da TV Digital o tamanho do incentivo, o tamanho da divulgação do governo federal? O tamanho da campanha para antena? Isso é um esforço que deveria ter sido repetido e que não houve Para os empresários também não há uma linha de financiamento específico, por exemplo, para a compra de antena. (Mello, comunicação pessoal, 5 de dezembro de 2023)

A indefinição quanto ao processo sobrecarrega a saúde financeira das emissoras, que se vêm obrigadas a dar sequência aos pagamentos do processo migratório, mas sem garantias de conclusão, conforme apontado pelo coordenador da Difusora. “Você tem que ficar pagando conseqüentemente o processo da concessão de migração, né? . . . tem um engenheiro acompanhando, que disse que o custo é de mais de 1 milhão de reais” (Silvério, comunicação pessoal, 18 de dezembro de 2023).

Estas afirmações mostram, assim como constataram Lopez et al. (2019), que ao longo dos anos a expectativa de que a migração traria aumento de faturamento e que as emissoras conseguiram se adaptar ao processo se esmoreceram com o desgaste estimulado, principalmente, pelas questões políticas e administrativas.

Expectativa de Reformulação na Programação

A credibilidade do radiojornalismo está sedimentada na entrega de informação apurada, preferencialmente no local dos fatos, na prestação de serviço e na interação com o ouvinte. As definições de Lopes et al. (2019) são diretamente percebidas nos relatos dos gestores entrevistados para este estudo. A preocupação com a informação local (Farias & Zuculoto, 2017) e a fidelidade do ouvinte também surgem nos relatos.

Em 2022, a Banda B mostrou preocupação em não mudar completamente o perfil da rádio, devido à fidelidade do ouvinte de AM. “Não podíamos descaracterizar demais a Banda B para ficar com uma cara de CBN, nada contra, mas com uma cara diferente, para respeitar os ouvintes que estão aí” (Mello, comunicação pessoal, 7 de dezembro de 2022). A saída encontrada foi manter o tripé “alegria, emoção e informação”, junto com esporte e entretenimento. Um ano depois, a preocupação permanecia e foi reforçada.

As mudanças que ocorreram foram um movimento natural da programação, mas teve um olhar também voltado para esse público de FM, e esse é um grande desafio porque a Banda B não pode deixar de ser a Banda B que tem a sua audiência consolidada . . . a gente entrou com a programação mais musical na parte da tarde, fizemos um ajuste recente no Show da Tarde, mesclando um pouco mais com jornalismo, com conteúdo que tem de manhã na programação para o ouvinte ter alguma identificação que ele continua na Banda B à tarde. (Mello, comunicação pessoal, 5 de dezembro de 2023)

A necessidade de reformulação também recaiu sob a gestão da Difusora que, entre junho de 2021 e setembro de 2022, optou por formar cadeia de transmissão com a rádio Bandeirantes de São Paulo, uma tentativa que, na avaliação de Silvério, confundiu o ouvinte local. “O ouvinte daqui não assimilou. Aí a gente voltou com a nossa programação local” (Silvério, comunicação pessoal, 21 de outubro de 2022).

A preocupação com o ouvinte local ficou ainda mais evidente em 2023, quando a emissora decidiu retomar a programação voltada para um público mais velho.

Nunca abrimos mão da nossa programação local. É ela que segura o ouvinte. Após a saída da Rede Bandeirantes a gente voltou o que era a nossa programação anterior, né? A programação voltada para um público mais velho de 45 a 80 anos baseada em música sertaneja clássica. Eu criei uns programas de samba e pagode no domingo, programa gauchesco no domingo de manhã, programa de jovem guarda agora ao meio-dia de segunda a sexta. É uma programação gravada que tem os locutores da Caiobá que estão fazendo e alguns locutores da Ouro Verde também. (Silvério, comunicação pessoal, 18 de dezembro de 2023)

As mudanças nas programações das emissoras estudadas exemplificam a pesquisa realizada por Lopes et al. (2019), que apontou que quase 60% do universo consultado tinha a intenção de remodelar programas existentes. Porém, assim como na Banda B, a preocupação com o ouvinte fiel também permanece. “A nossa ideia é ter uma programação como está sendo feita aqui, lógico, com algumas alterações. Mas o público já conhece. Não vou jogar o público que já está a tanto tempo com a gente para tentar outro (Silvério, comunicação pessoal, 18 de dezembro de 2023).

Além disso, ele destaca que o público de rádio envelheceu e, com isso, a programação das emissoras também busca apenas pessoas com mais de 35 anos. Além disso, assim como na rádio Banda B, relatou a falta de investimentos para manutenção da emissora no AM e de popularização dos rádios com faixa estendida.

Sendo assim, é possível estabelecer um retrato da migração AM/FM a partir dos depoimentos dos dois gestores e da literatura sobre o assunto na Figura 1.

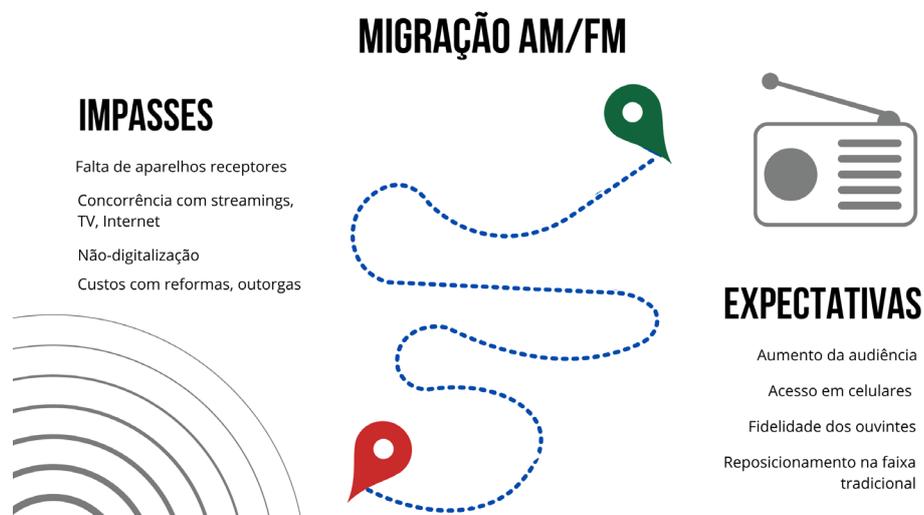


Figura 1: Retrato da migração AM/FM a partir da literatura e das entrevistas com os gestores

Nota: Elaborado pelos autores.

Considerações

Pode-se observar que o processo de migração das emissoras estudadas apresenta semelhanças em alguns aspectos, mesmo que apenas uma delas tenha migrado para a faixa FM. Isso ficou mais evidente após a segunda rodada de entrevistas, devido ao impasse causado pela falta de autorização do governo federal para o início das atividades em FM, especialmente pela Difusora, e pela percepção de que o acesso à faixa estendida ainda é limitado.

Em relação à programação, notou-se que as emissoras fizeram mudanças na linha editorial e programação antes mesmo da migração, como no caso da Difusora. Isso indica uma preocupação constante com a concorrência e a sobrevivência, embora haja certa parcimônia para manter a fidelidade ao público de longa data, como é

o caso da Difusora e da Banda B. Ambas expressam certa resistência ao processo devido à falta de apoio do governo.

Os relatos confirmam a existência de obstáculos não resolvidos e as ações que estão sendo tomadas pelas emissoras para superá-los. O processo, que já dura uma década, ocorre de forma fluida em alguns momentos, mas apresenta lacunas em outros.

Em geral, os entrevistados esperam ansiosamente pela mudança para a faixa FM, considerando as dificuldades enfrentadas pelas emissoras para se manterem no ar. A transição para a faixa tradicional, como ocorreu com algumas rádios da região metropolitana, é vista como uma vantagem por todos os envolvidos, embora seja considerada injusta por aqueles que não tiveram essa oportunidade.

Os gestores estão esperançosos de que a transição ocorra rapidamente para evitar a perda de ouvintes, especialmente após uma mudança de governo em que a migração de faixa não foi uma prioridade para as rádios nas capitais.

Embora a migração não seja obrigatória, as empresas entrevistadas não mencionaram claramente a possibilidade de permanecerem na faixa AM. Embora tenha sido mencionado o alto custo da migração, ninguém considerou isso inviável, como aconteceu em alguns casos no Brasil em 2023. Embora a questão “vale a pena investir em rádio” não tenha sido abordada diretamente, é evidente que sim, pois nenhuma das emissoras sugeriu o fechamento durante as entrevistas.

É importante ressaltar que, independentemente dos prazos e da conclusão do processo de migração, este artigo buscou identificar as dinâmicas e entender como elas afetam as rotinas das emissoras em um contexto maior: a evolução contínua do meio radiofônico, que permanece presente após mais de um século desde o seu início.

Referências

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo: Edição revista e ampliada*. Edições 70.

Betti, J. G. (2015). *Migração das emissoras em amplitude modulada: as vozes do novo dial brasileiro* [Apresentação de trabalho]. X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e V Conferência Sul-Americana De Mídia Cidadã, Bauru, São Paulo, Brasil. <https://www.faac.unesp.br/Home/Departamentos/ComunicacaoSocial/midiacidada/dtv-1.pdf>

Decreto nº 8.139, de 7 de novembro de 2013. (2013, 7 de novembro). Dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências. Presidência da República. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d8139.htm

Del Bianco, N. (2013). *Atuação do conselho consultivo do Rádio Digital: em busca de um formato de digitalização adequado à realidade brasileira* [Apresentação de trabalho] XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, Amazonas, Brasil. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/trabalhos.htm>

Equipe da Rádio Clube AM anuncia encerramento da estação no Recife. (2023, 9 de novembro). *Portal Tudo Rádio*. <https://tudoradio.com/noticias/ver/30271-equipe-da-radio-clube-am-anuncia-encerramento-da-estacao-no-recife>

Faddul, J. (2023, dezembro). O fim das rádios AM locais. *Piauí*, (207), 78-81. <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/as-emissoras-am-de-alcance-local-se-despedem-dos-ouvintes-brasileiros/>

- Farias, K. W.; Zuculoto, V. R. M. Ondas de mudança no rádio: do surgimento à migração do AM para FM. *Rádio-Leituras*, 8(2), 138-159, 2017.
- Ferraretto, L. A. (2013). O de lá e o de cá: apontamentos para uma categorização do conteúdo das emissoras comerciais brasileiras com base na influência do rádio dos Estados Unidos. *Significação: Revista de Cultura Audiovisual*, 40(39), 44-70. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2013.59950>
- Ferraretto, L. A. (2014). Estruturação da mercadoria das emissoras comerciais sob a convergência: apontamentos para uma economia política da indústria radiofônica. *Famecos*, 21(3), 943-965. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2014.3.18855>
- Ferreira, L. C. (2022, 8 de julho). Cem anos do rádio no Brasil: Recife foi “berço”, dizem pesquisadores. *Agência Brasil*. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-05/cem-anos-do-radio-no-brasil-recife-foi-berco-dizem-pesquisadores>
- Fonseca-Junior, W. C. (2011). Análise de conteúdo. In J. Duarte & A. Barros (Eds.), *Métodos e técnicas em pesquisa em comunicação* (pp. 280-304). Atlas.
- Freitag-Júnior, H. (2023, 18 de agosto). Rádio Pelotense vai encerrar as transmissões no 620 AM. *Diário da Manhã*. <https://diariodamanhapelotas.com.br/site/radio-pelotense-vai-encerrar-as-transmissoes-no-620ma/>
- Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e mídias sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Mauad.
- Lopez, D. C. (2010). *Radiojornalismo hipermediático: Tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Labcom Books.
- Lopez, D. C., Prata, N., Del Bianco, N., Zuculoto, V., & Farias, K. (2019). Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais. *Rádio-Leituras*, 10(1), 60-78. <http://www.repositorio.ufop.br/handle/123456789/12944>
- Martins, J. C. (2024). *Mudança de faixa: As convergências, rotinas e processos editoriais em emissoras em Curitiba e Região Metropolitana na migração AM/FM* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Paraná]. Acervo Digital UFPR. <http://hdl.handle.net/1884/89102>
- Matías, G. M. (2023). La AM en México: luces, sombras y renacimiento In N. Prata, N. Del Bianco & T. Ballesteros (Eds.), *La Radio AM en el ecosistema de America Latina y el Caribe*. (pp. 277-294). Insular.
- Melech, A. M. S., Quadros, C. I., Godoy, E. R., & Kaseker, M. P. (2007). *O futuro (distante?) do rádio digital em Curitiba* [Apresentação de trabalho]. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/>
- Migração AM/FM. (2024, 21 de setembro). *Anatel*. <https://bit.ly/3VhPmbd>
- Migração AM-FM. (2023). *Abert*. <https://www.abert.org.br/site/migracao>
- Moscovici, S. (2003). *Representações sociais: Investigações em psicologia social*. Vozes.
- Prata, N., & Del Bianco, N. (2018). *A migração do rádio AM para FM: Avaliação de Impacto e desafios frente à convergência tecnológica*. Insular.
- Quadros, C. I, Lopez, D., & Bepalhok, F. (2011). Panorama do rádio em Curitiba. In N. Prata (Ed.), *Panorama do rádio no Brasil* (pp. 163-185). Insular.

Vilela, R. S. (2006). Técnica, método e teoria. A entrevista em profundidade na investigação da recepção. In N. Jacks, E. Piedras & R. Vilela (Eds.), *O que sabemos sobre audiências?* (pp. 44-59). Armazém Digital.