

ARTIGO

AS RÁDIOS FM DE SÃO LUÍS NO CENÁRIO DA DESMATERIALIZAÇÃO DA MÚSICA

Paulo PELLEGRINI¹⁸

Resumo: A migração da música dos formatos físicos como LP e CD para arquivos digitais caracteriza sua desmaterialização. Este fenômeno tem exercido impacto não somente nas estratégias dos artistas e na forma como o ouvinte lida com essa arte, mas também na rotina dos meios de comunicação, especialmente o rádio. Este artigo traça observações sobre a relação entre o rádio e a música desmaterializada. Busca-se apontar aspectos tangentes às mudanças, adaptações e impactos sofridos pelo rádio nesse cenário. Estabelece-se como objetos as rádios Mirante FM, Difusora FM e Universidade FM, de São Luís (MA). Aborda-se a relação entre rádio e música sob uma perspectiva histórica, no Brasil e no Maranhão.

Palavras-chave: Desmaterialização, Música, História, Rádios FM de São Luís, Impactos

Abstract: *The migration of the music from the physical formats such as LP and CD to digital files characterizes its dematerialization. This phenomenon has exercised impact not only at the strategies of the artists and at the way the listener deals with this art, but also at the routine of the mass media, specially the radio. This article traces observations about the relation between radio and dematerialized music. It intends to point tangent aspects to the changes, adaptations and impacts suffered by the radio. It establishes as objects the station radios Mirante FM, Difusora FM and Universidade FM, from São Luís (MA). It boards the relation between radio and music under a historical perspective, in Brazil and in Maranhão.*

Keywords: Dematerialization, Music, History, FM Radios from São Luís, Impacts

1. Introdução

A progressiva migração das músicas dos formatos físicos como LP e CD para arquivos de computador tem alterado não só a forma como o ouvinte lida com essa arte, como também as estratégias de produção e divulgação por parte dos artistas.

¹⁸ Jornalista graduado pela Universidade Federal do Maranhão, mestre em Cultura e Sociedade, professor do Curso de Comunicação Social da Faculdade Estácio de São Luís. Link para Plataforma Lattes: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.jsp?id=K4299539J1>. E-mail: paulopel@bol.com.br

Mas há uma terceira ponta desse processo que também teve de se adaptar ao fenômeno da desmaterialização da música: os meios de comunicação, especialmente o rádio.

Este artigo pretende traçar observações sobre a relação entre rádio e música desmaterializada, apontando aspectos tangentes às mudanças, adaptações e impactos sofridos por este veículo nesse cenário. Para tanto, foram escolhidas como objeto de análise três emissoras FM de São Luís (MA): as rádios Difusora, Mirante e Universidade.

O objetivo desta reflexão é conhecer como essas emissoras têm lidado com a cada vez maior diminuição de produções musicais nos formatos físicos e saber como a música tem chegado às rádios, uma vez que intermediários como representantes de gravadoras deixaram de exercer a atividade.

A metodologia empregada consistiu em pesquisa de campo e observação direta nas três emissoras escolhidas como objeto, entrevistas individuais com os profissionais que lidam diretamente com a aquisição de músicas em cada uma das rádios pesquisadas e revisão bibliográfica sobre temas como desmaterialização da música, a relação constituída historicamente entre rádio e música e a trajetória da música no rádio maranhense.

2. A desmaterialização da música

A desmaterialização da música é um fenômeno atrelado ao ambiente da cultura digital. Trata-se da migração do conteúdo de suportes físicos tradicionais (discos e fitas) para aparatos tecnológicos que lidam com informação digital (computadores, celulares, *smartphones*, *tablets*, *notebooks*, *netbooks*, tocadores de mp3/mp4).

Este fenômeno tem início com a própria materialização da música, ou seja, os processos de gravação e prensagem que marcaram a consolidação da indústria fonográfica ao longo do século XX. Na civilização ocidental, a escrita musical pode ser considerada a primeira etapa deste processo, cabendo às partituras e ao piano, como instrumento reprodutor, a possibilidade da disseminação em maior escala, antes do advento das gravações (DIAS, 2008, p. 37).

A invenção do fonógrafo, por Thomas Edison, em 1878, abriu caminho para que a audição musical se tornasse uma experiência mais independente. Em 1888, o alemão Emile Berliner aperfeiçoou o conceito do fonógrafo ao desenvolver um novo aparelho toca-discos com ranhuras, o gramofone. O desenvolvimento do fonógrafo e do gramofone permitiu ao apreciador musical, pela primeira vez, a possibilidade de ouvir música materializada.

O negócio fonográfico já era, nos primeiros anos do século XX, consideravelmente rentável. O tenor italiano Enrico Caruso fez sua primeira gravação com qualidade em 1901 e teve seu primeiro milhão de discos vendidos em 1904. Só com venda de discos, ganhou dois milhões de dólares até o ano de sua morte, 1921 (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 182).

A indústria fonográfica rapidamente consolidou-se como “braço” musical da indústria cultural, na medida em que estabeleceu a música enquanto mercadoria, cuja “capacidade de sensibilizar as pessoas pode levar a reações do mais largo espectro: da angústia ao divertimento, do questionamento à passividade, da liberdade à clausura” (DIAS, 2008:35). Através da indústria do disco, a música deixou de ser obra de arte de única execução, em espaços limitados e excludentes, para entrar na casa das pessoas pelos aparelhos reprodutores como tocadores de discos e fitas, pelo rádio e pela televisão.

Mais do que isso, a capacidade da indústria musical de alcance em nível planetário, fez com que *música*, *música gravada* e *música gravada pela indústria fonográfica* praticamente se tornassem sinônimos.

Entre o fonógrafo e o CD-player, diversas tecnologias nortearam os rumos da indústria fonográfica, constituindo-se não só em parâmetros técnicos deste modelo, mas também como condicionantes do mercado, ao estabelecerem os formatos de produção e consumo.

Na década de 1920, aconteceu a primeira inovação após a invenção do fonógrafo e do gramofone, o advento das gravações elétricas, em substituição aos gravadores mecânicos, novidade saudada por Eduardo Vicente como “a base tecnológica para todos os grandes desenvolvimentos tecnológicos, tanto no que se refere à mudança na velocidade de rotação dos discos, quanto à criação da estereofonia e dos recursos do *high fidelity* [alta fidelidade]” (VICENTE *apud* DIAS, 2008, p. 39).

A adoção do microsulco¹⁹, a partir de 1948, contribuiu para a melhora na qualidade da gravação e também para que o tempo de duração do disco subisse de quatro para trinta minutos. As gravações passaram a ter dois formatos que se tornariam consagrados: o de 33 rotações por minuto (rpm), instituído pela CBS; e o de 45 rpm, criado pela RCA. É a fase do surgimento dos discos de vinil, em substituição aos antigos discos de goma-lasca de 78 rpm.

Diante do novo tempo possível de gravação, os produtos musicais também sofreriam modificações no seu formato. Para aproveitar o maior espaço disponível, as músicas passaram a ter tempo de duração padrão, em torno de três minutos. Esta tendência se imporia na década

¹⁹ *Ranhuras ultrafinas, em forma de V, onde é registrada no disco a gravação de uma trilha sonora.*

de 1950, quando se inicia a internacionalização da indústria fonográfica, através da instalação de filiais em diversos países.

O aumento da capacidade de armazenamento de músicas no vinil para até quarenta minutos (divididos em dois lados de vinte minutos) e o investimento em capas atrativas, com grandes fotos e imagens coloridas, despojadas e psicodélicas, ajudaram a consolidar o conceito de *long-play* (LP). Esse formato contribuiu para a disseminação da ideia de que o artista é mais importante que o disco, pois é a imagem dele que se sobressai na capa, juntamente com seu nome, enquanto as músicas propriamente ditas estão sob a embalagem, e só podem ser conhecidas quando o produto é desembalado.

Nos anos 1980, o *compact-disc* (CD) transformou o panorama fonográfico, pois, por possuir formato diferente do LP, gerou a necessidade no ouvinte da compra de um novo tipo de aparelho reprodutor, o CD-player. Enquanto foram vendidos seis milhões de unidades de CD em todo o mundo em 1983, o número subiria para 1,9 bilhão em 1995 (DIAS, 2008, p. 111). O CD popularizou-se devido a diversos fatores. O maior deles foi o investimento da indústria, que passou gradativamente a retirar os LPs do mercado e oferecer os mesmos produtos musicais em CD, forçando os apreciadores musicais a migrarem para o novo modelo. O CD também se popularizou por cumprir a promessa de maior capacidade e clareza sonora. O som sem chiados passou a ideia de que os vinis eram coisa do passado.

No entanto, a indústria fonográfica passaria a sofrer o impacto de uma revolução silenciosa, a conversão gradativa das músicas materializadas em disco ou fitas para arquivos digitais. É o que se convencionou chamar de desmaterialização da música.

A digitalização é o vetor tecnológico que possibilita este fenômeno. No entanto, *música desmaterializada* e *música digitalizada* não são necessariamente sinônimos. Apesar de toda música desmaterializada se processar no ambiente digital, a música encontrada em tecnologias físicas como CD e DVD, por exemplo, também é digital, mas é materializada. Além disso, a desmaterialização da música pode não se referir somente aos casos de conversão de faixas de tecnologias físicas para o computador, mas também aos casos de músicas gravadas e disponibilizadas somente nas redes, sem terem passado pelos suportes físicos, quando, pode-se dizer, a música já nasce desmaterializada.

Tecnicamente, a música se desmaterializa quando o suporte físico em que ela está inserida, seja CD, LP, DVD ou fita K7, é conectado ao computador e submetido à cópia. As mídias analógicas como LP e fita K7 são gravadas pelo computador em tempo real, através de programas como Samplitude, Cubase, ProTool, Sound Forge, Nuendo ou Vegas. A operação é

semelhante à que ocorre com os gravadores tradicionais. Os programas simulam uma tela em que o comando *Rec* (gravar) pode ser acionado enquanto a música é executada pelo aparelho físico (toca-discos ou toca-fitas). No caso do CD e do DVD, por já operarem em linguagem digital, os *softwares* podem extrair as faixas desejadas em segundos, sem a necessidade da audição.

Dentre os formatos de áudio surgidos no processo de desmaterialização da música, os mais comuns são o *Windows media audio* (wma), o *wave form audio format* (wav) e o *MPEG 1/2 audio layer 3* (mp3). Há ainda a extensão FLAC (*Free lossless audio codec*, ou codificador/decodificador livre de áudio sem perdas). A diferença entre eles está no nível de compressão utilizado. Destes, o mp3 apresenta o maior nível de compressão e o FLAC o menor. O nível de compressão é inversamente proporcional à qualidade do áudio. Quanto maior a compressão, menor a qualidade.

O mp3, desenvolvido em 1987, sofre perda na qualidade de áudio em comparação com o CD físico, com a extensão digital *wave* e, principalmente, com as extensões FLAC porque seu processo de compressão descarta as frequências de áudio que o ouvido humano não consegue perceber. “O princípio do funcionamento básico do mp3 é buscar num sinal de áudio normal, como arquivo *wave*, todos os sinais redundantes e irrelevantes que não sensibilizam nossa audição, ou seja, ele considera apenas a faixa de áudio que o ouvido humano consegue identificar” (LACERDA, 2001, p. 4).

Apesar disso, o mp3 é o formato mais popular de música desmaterializada. Isso ocorre porque, ao apresentar menores taxas de compressão, tal formato proporciona diminuição no tamanho do arquivo (facilitando o armazenamento), otimiza seu tráfego pelas redes e opera em alta velocidade de carregamento e descarregamento.

3. O rádio e a música

A hegemonia da indústria fonográfica durante o século XX, como sistema possibilitador da produção musical em larga escala e para grandes públicos massificados, tem relação direta com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa em nível global. Pelo rádio, pela televisão, pelo cinema e pela publicidade, a música gravada chegou a todos os cantos, tornando o mercado a grande referência para os rumos da produção, e o consumo (compra e usufruto) passou a ser aceito como “categoria última para se medir a relevância dos produtos culturais” (ORTIZ *apud* DIAS, 2008, p. 56).

Pode-se dizer que a indústria do disco não teria a mesma força sem os meios de comunicação, na medida em que estes correspondem ao mecanismo historicamente mais comum de disseminação da música gravada. O rádio, especialmente, tornou-se o lugar privilegiado dessa música, outorgando-se para si a prerrogativa dos lançamentos e da qualificação do nível de aceitação de determinada faixa ou artista. Adorno já lembrava que “o reconhecimento só é socialmente efetivo quando lançado pela autoridade de uma agência poderosa (...) se alguma música é tocada sempre de novo no rádio, o ouvinte começa a pensar que ela já é sucesso” (ADORNO, 1986, p. 135).

Mas a inserção de músicas nas estações de rádio não foi algo que ocorreu desde o início. As inúmeras invenções que propiciaram o surgimento do rádio, a partir da década de 1890 (o descobrimento das ondas hertzianas e do funcionamento da antena, o telégrafo sem fio, a válvula amplificadora, entre outros) preocupavam-se mais com o aspecto técnico dessa então nova tecnologia, privilegiando a transmissão de sons básicos como a voz humana. A história registra poucas experiências de transmissão musical neste período, como o solo de violino de Reginald Fessenden, em 1906, e o concerto de Enrico Caruso em 1910.

Foi David Sarnoff quem vislumbrou a música no rádio, ainda em 1916, quando era apenas um jovem técnico empregado na Marconi Company, ao sugerir a fabricação de aparelhos receptores para se ouvir música em casa, as “caixas radiomusicais” (TAVARES, 1997, p. 39). A proposta foi recusada naquele momento, mas Sarnoff acabaria ganhando notoriedade nas décadas seguintes pelo seu pioneirismo na forma de gerenciar o rádio e no lançamento da televisão.

Na década de 1920, coube a Frank Conrad, técnico da empresa Westinghouse, a iniciativa de transmitir programas com notícias lidas dos jornais e músicas tocadas diretamente dos discos. “Aos poucos, as transmissões de Frank Conrad foram ganhando um público de radioamadores que escrevia para solicitar suas músicas favoritas” (TAVARES, 1997, p. 39).

No Brasil, a música faz parte do rádio desde a primeira transmissão realizada no país, durante a Exposição do Centenário da Independência, no Rio de Janeiro, no dia 7 de setembro de 1922. A ópera “O Guarani”, de Carlos Gomes, foi transmitida por uma estação montada no alto do Corcovado. Esta estação foi mantida pelos Correios e Telégrafos e, até o surgimento da Rádio Sociedade, em 1923, irradiava regularmente uma programação que continha, entre outras atrações, números musicais e de declamação de poesias.

Diversas rádios-clubes foram criadas no Brasil ao longo da década de 1920, de caráter elitista – eram emissoras mantidas por aficionados de classes mais abastadas, que pagavam mensalidades e elaboravam a programação que eles mesmos ouviam – e destinavam à música parte considerável do espaço. “No início dos anos 30, com vinte e nove emissoras radiofônicas instaladas e funcionando no país, a programação baseava-se em música, óperas e textos instrutivos” (TAVARES, 1997, p. 55)

A autorização da exploração publicitária a partir de 1932 mudou o caráter do rádio nacional, tornando-o progressivamente mais popular e um mecanismo de lazer e diversão. Ao passo em que podiam arrecadar recursos financeiros com a veiculação de publicidade, as emissoras investiram em equipamentos, na formação de quadros de funcionários e, mais notável para o público, na contratação de músicos e cantores.

Um marcante programa de música popular foi o Programa Casé, de Adhemar Casé, veiculado primeiramente pela Rádio Philips, e depois pelas rádios Sociedade, Transmissora (que se tornaria Globo), Ipanema, Mayrink Veiga e Tupi, entre 1932 e 1951. Além de ter dado espaço e lançado inúmeros artistas, o programa apostava em uma linguagem diferente para os padrões iniciais, com as músicas sendo tocadas sem interrupção e a veiculação de anúncios musicados, hoje conhecidos como *jingles*. “Até então, entre uma atração e outra, enquanto o músico afinava seu instrumento, um silêncio constrangedor permanecia no ar. Casé implantou a ideia de que ‘o show não pode parar’” (JUNG, 2004, p. 28).

O rádio brasileiro, ao longo das décadas de 1930, 1940 e 1950, tornou ídolos nomes como Carmen Miranda, Aurora Miranda, Francisco Alves, Carlos Galhardo, Nelson Gonçalves, Orlando Silva, Ivon Cury, Francisco Carlos, Bidu Reis, Emilinha Borba, Marlene, Luiz Gonzaga, Carmélia Alves, Manezinho Araújo, Ademilde Fonseca, Anita Otero, Luiz Vieira, Humberto Teixeira, João Petra de Barros, Isaura Garcia, Sílvio Caldas, Jorge Veiga, Hebe Camargo, Nora Ney, Blackout, Augusto Calheiros, Odete Amaral, Zé Fidélis, Aracy de Almeida, Ciro Monteiro, Paraguassu, Elizeth Cardoso, Tônico e Tinoco, Alvarenga e Ranchinho e muitos outros.

O surgimento da frequência modulada (FM) exerceu impacto sobre a relação entre música e rádio. O rádio FM é uma invenção do norte-americano Edwin Howard Armstrong, em 1933. Esta modulação era considerada tecnicamente inviável até que Armstrong encontrasse a faixa correta de espectro para sua utilização, com fidelidade sonora espetacular e menor consumo de potência de transmissão e estática. O pesquisador Lawrence Lessig descreve a primeira experiência de Armstrong de transmissão em FM, em 1935. “Armstrong

sintonizou seu rádio em uma gama de estações AM, até que o dial parou em uma transmissão que ele havia preparado (...). O rádio ficou totalmente silencioso, como se tivesse sido desligado. Então, com uma clareza que ninguém naquela sala jamais havia ouvido em um aparelho elétrico, produziu o som da voz de um locutor” (LESSIG, 2005, p. 26)

A invenção de Armstrong revolucionaria o rádio, mas, justamente por isso, encontrou resistência para sua implantação. A nova tecnologia poderia levar as rádios AM à falência e, sob pressão da RCA (presidida pelo também outrora pioneiro David Sarnoff...), o governo norte-americano limitou ao máximo a adoção do FM, com redução de potência e proibição de transmissão de programas de uma parte a outra do país. A RCA foi mais além: incorporou o FM como padrão para a televisão, declarou inválidas as patentes de Armstrong e se recusou a pagar-lhe royalties pela invenção. Após ter sido apresentado a um acordo que mal cobriria as despesas com advogados, Edwin Howard Armstrong cometeu suicídio em 31 de janeiro de 1954.

A melhor qualidade do rádio FM é propícia para a execução de músicas. “As emissoras AM estão mais vocacionadas ao ‘rádio que fala’, isto é, ao jornalismo e à prestação de serviços, enquanto o FM se destina mais à música” (MARANINI, 2001, p. 65). A partir de 1970, as rádios FM tomaram fôlego no Brasil, inaugurando nova forma de se fazer rádio, com estilo mais jovial, adoção de promoções e, principalmente, a busca da audiência pela música, privilegiando os lançamentos nacionais e internacionais.

A chegada da FM ao Brasil coincidiu com um momento em que a indústria fonográfica nacional atravessava um período paradoxal: por um lado, pujança econômica, com crescimento médio de 15% ao ano durante a década de 1970 (MORELLI, 2009, p. 61), acompanhando o crescimento acelerado do mercado de bens de consumo da classe média; por outro, a falta de liberdade imposta pelo AI-5, que impediu que tal pujança ocorresse em prol da música brasileira e criou condições para que a indústria do disco investisse muito mais em lançamentos estrangeiros.

Em um primeiro momento, portanto, o FM nacional não revelou artistas brasileiros na mesma proporção em que as rádios das décadas anteriores o fizeram. O cenário só se modificou com o surgimento dos festivais promovidos por emissoras de TV, a inserção da música nacional nas trilhas sonoras das novelas e o trabalho das gravadoras em divulgar os artistas com quem começaram a ter contratos. O rádio passou a receber material promocional diretamente das grandes companhias fonográficas. Rita Morelli aponta para uma inversão da relação entre artista, gravadoras e público. “Ao invés de surgirem com um trabalho que

despertasse a atenção do público e que conseqüentemente interessasse às companhias, parece que os novos artistas da MPB interessavam antes a essas companhias e elas é que faziam a apresentação do trabalho desses artistas ao público” (MORELLI, 2009, p. 76).

O rádio FM, juntamente com a televisão, ajudou a popularizar no Brasil dos anos 1970, 1980 e 1990 artistas como Roberto Carlos, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Moraes Moreira, Gal Costa, Maria Bethânia, Baby Consuelo, Alceu Valença, Guilherme Arantes, Fagner, Belchior, Zé Ramalho, Chico Buarque, João Bosco, Lulu Santos, Legião Urbana, Engenheiros do Hawaii, Titãs, Capital Inicial, Blitz, Skank, Jota Quest, Raimundos, Luiz Caldas, Chiclete Com Banana, Banda Eva, Só Pra Contrariar, É o Tchan, Chitãozinho e Xororó, Leandro e Leonardo, Zezé di Camargo e Luciano, Sandy e Júnior e outros tantos.

A relação entre a música e o rádio, tradicionalmente estabelecida, obedece a esquemas que gravitam em torno da legislação e das rotinas desenvolvidas. Do ponto de vista legal, o rádio, enquanto mecanismo de execução pública de música, submete-se à Lei do Direito Autoral (Lei 9.610, de 1998), tendo que efetuar pagamento para a entidade arrecadadora e enviar-lhe mensalmente a planilha com a programação musical executada. Quanto às rotinas, as emissoras estruturaram-se em departamentos, entre os quais o de Programação Musical, responsável por elaborar as tabelas que preveem que músicas devem ser executadas, um trabalho que pode gozar de liberdade, mas também pode sucumbir a pressão das gravadoras (às vezes disfarçada de mimos, como brindes e ingressos, outras vezes mais acintosa, como pagamento de suborno) para que determinado artista toque mais vezes.

4. A música no rádio do Maranhão

A profusão de rádios-clubes no início da década de 1920 incluiu o Maranhão, que acabou se tornando um dos primeiros estados do país a inaugurar uma emissora de rádio. A iniciativa se deu por conta de Joaquim Moreira Alves dos Santos, conhecido como Nhozinho Santos, e Francisco Aguiar, que, em 1924, fundaram a Rádio Sociedade Maranhense. Antes do Maranhão, apenas Rio de Janeiro, São Paulo, Pernambuco e Ceará possuíam suas emissoras.

As emissoras que se seguiram (Timbira, fundada com o nome Difusora em 1941; Ribamar, fundada em 1947; e Difusora, inaugurada em 1955²⁰) notabilizaram-se em seus primórdios pela concorrência em torno do radiojornalismo e da cobertura esportiva, mas

²⁰ Antes destas, ainda houve uma segunda emissora, a Rádio Clube do Maranhão, fundada por J. Travassos em 1940, que fechou no mesmo ano e operava em caráter clandestino e experimental.

também realizavam programas de auditório ao vivo, responsáveis pela divulgação da música de inúmeros nomes, entre eles Antônio Vieira e Lopes Bogéa.

Dos programas de auditório da Rádio Timbira, surgiu o grupo Vera Cruz, comandado por Ruy Pisk e Maninho. Nos anos 1950, o elenco de cantores da emissora que pertence ao Governo do Estado do Maranhão incluía nomes como Ernani Cavalcanti, Sérgio Miranda, José Ribeiro, Newton Oliveira e Moacir Neves.

Ao fundar a Rádio Difusora, em 1955, Raimundo Bacelar contratou quase toda a equipe da Rádio Timbira. Logo no início, a emissora tinha um convênio com a Rádio Record, de São Paulo, na promoção do concurso de calouros “A Voz do Ouro ABC”. Coube à Rádio Difusora trazer ao Maranhão uma tendência que se verificava em todo o país, a dos programas de disc-jóqueis. Assim, o cearense Almir Silva comandou o “Bom Dia Maranhão” e os “Turbilhão de Melodias”, que chegavam a alcançar 90% de audiência (FERREIRA; GARCÊS, 2013, p. 35). Outros programas musicais de destaque na Difusora foram o “Quem manda é você”, de José Branco, e “São Luís Hit Parade”, de Rayol Filho, durante os quais ocorreram as inserções da antológica “Guerra dos Mundos”, no dia 30 de outubro de 1971, quando a emissora fantasiou a invasão da Terra por marcianos para comemorar seu 16º aniversário.

Embora privilegiasse os programas de variedades, policiais e esportivos, a Rádio Gurupi – quinta emissora a ser fundada em São Luís, em 1962 – tinha uma das programações musicais mais elogiadas, o que lhe valeu a cognominação de “Gurupi, a Musicalíssima” (REGO, 2004, p. 47). Já na Rádio Educadora, fundada em 1966, a música se fazia presente em programas como “Desfile de Sucesso”, “A Canção da Lembrança”, “Balanço do Nordeste” e “O Sertão da Minha Terra”, posteriormente chamado de “Programa do Galinho”, que está no ar até os dias atuais.

Na área da cultura popular, a radialista Helena Leite trocou a Educadora pela Timbira em 1972 para comandar o “Canta Sertão”. Foi ela quem lançou no rádio a obra de Humberto de Maracanã, em 1973. A comunicadora também se destacava por gravar os ensaios de bumba-meu-boi para mostrar no ar, tarefa que também foi desempenhada nos anos 1980 e 1990 por Roza Santos e Jurandir Serra na Rádio Universidade. Desde 2011, Helena está de volta à Educadora, onde apresenta o “Canta Maranhão”. Antes, passou 12 anos na Rádio Capital (atual nome da Rádio Ribamar), quando comandou o “Show da Capital”.

O Rádio AM do Maranhão ainda apresenta programas marcantes como o “Clube da Saudade”, de José Santos, pela Mirante AM, emissora fundada em 1988.

Já a primeira emissora FM do Maranhão foi a Rádio Difusora, inaugurada em 1979. O cronograma da fundação das emissoras seguintes apresenta: Mirante (1981), Cidade (1983), Universidade (1986), Esperança (1990), São Luís (1991), Mais (2000), 92,3 (2010) e Senado (2014). A Rádio São Luís FM sofreu três arrendamentos – em 1994, para a Antena Um (de São Paulo), em 1997 para SomZoom Sat (do Ceará), e em 2001 para a Jovem Pan (SP). A Rádio Mais FM foi arrendada à SomZoom Sat de 2001 a 2003. Em 2015, a Rádio Cidade arrendou sua programação para a Igreja Pentecostal Deus É Amor.

Todas as emissoras FM citadas têm programação marcadamente musical, respeitando o estilo adotado por cada uma, e construíram essa programação com aquisição de LPs e CDs que vinham basicamente por três fontes: representantes de gravadoras, compras ou permutas em lojas de discos e doações de ouvintes, voluntários ou dos próprios artistas. Em São Luís, frequentavam regularmente as rádios os senhores Wellington (BMG), Maria Lúcia (EMI/Trama) e Regina (Universal), como representantes dessas gravadoras.

Inúmeros programas fizeram ou ainda fazem história no universo das FMs do Maranhão, dos quais se podem citar: “Mix 94”, com Renê Dumont, e “Clube do Rei”, com Florisvaldo Sousa, ambos na Difusora FM; “Som das Praias”, com João Marcus, e “Acorde e Recorde”, com Glaydson Botelho, na Mirante; “Momentos de Amor”, com Stênio Kawazaki, e “As Mais Mais da Cidade”, com Silvana Lobato, na Rádio Cidade; “Santo de Casa”, com Gisa Franco, e “Chorinhos e Chorões”, com Ricarte Almeida Santos, na Universidade; e “Na Balada”, com Flávio Pastel, na Jovem Pan.

5. As rádios FM de São Luís e a desmaterialização da música

O rádio FM maranhense da década de 1980 seguia o padrão do FM no restante do país: intrínseca relação com os lançamentos da indústria fonográfica e adoção de tecnologias contemporâneas a essa período, ou seja, toca-discos, toca-fitas e cartucheiras para execução de músicas e outros materiais gravados. Os locutores não podiam deixar o estúdio, sob o risco de a música acabar e a emissora ficar “em silêncio”. Mesmo com a adoção dos CDs, nos primeiros anos da década de 1990, a atenção tinha que se manter redobrada.

A automação veio com a adoção de um microcomputador no estúdio, que permitiu que as músicas pudessem ser programadas em sequência, juntamente com as vinhetas e demais arquivos, facilitando assim o trabalho do locutor. Mas, para isso, era preciso que a música dos discos fosse extraída para o computador, configurando o processo de desmaterialização.

De forma geral, o acervo musical das Rádios Mirante FM, Difusora FM e Universidade FM começou a migrar para o computador a partir de 1997. As emissoras possuíam discoteca com centenas de LPs e CDs, que passaram a ser menos utilizados. Por volta de 2002, a Rádio São Luís FM, temendo deteriorização por falta de uso, ofereceu todo o seu acervo de LPs para a Rádio Universidade, que não aceitou, justamente por não ter espaço para armazenar, já que também possuía sua própria coleção.

O primeiro sinal de que a desmaterialização tinha vindo para ficar foi percebido quando os representantes das gravadoras anunciaram às rádios que não trabalhavam mais para a indústria fonográfica. Depois de ter apresentado faturamento, no Brasil, de 930 milhões de dólares em 1995, quase três vezes maior do que em 1989 (DIAS, 2008, p. 110), o mercado de discos passou a entrar em declínio a partir de 1999. “Com o desenvolvimento da rede mundial de computadores, as gravações musicais se transformaram em dados e arquivos e passaram a circular amplamente na Internet. A expansão desse processo coincide com a queda de vendas e do faturamento da indústria fonográfica” (DIAS, 2008, p. 183).

“Naquele momento, imediatamente mudamos nossa estratégia. Adquirimos HD’s para armazenar músicas. Tínhamos contato com grandes rádios do país, como Jovem Pan e Band, para conseguir esse material”, conta Nilo Gomes, radialista que exerceu as funções de programador musical e locutor da Rádio Difusora FM e hoje terceiriza seu estúdio para as produções da emissora. Na Rádio Mirante FM, o impacto foi semelhante. Nessas duas rádios, o trabalho com música tornou-se totalmente digital: da aquisição para o acervo à execução no ar. “Quando o artista ainda traz música em CD, às vezes é mais rápido baixar essa mesma música da Internet do que passar do CD para o computador” (GOMES, 2015). A única emissora que se mantém até hoje revezando execuções musicais entre computador e CD é a Rádio Universidade. O principal motivo é a falta de estrutura de pessoal para processar toda a desmaterialização do acervo, segundo a programadora musical da emissora Cristina Lima de Almeida (ALMEIDA, 2015).

Apesar de o início da década de 2010 mostrar estabilidade do mercado fonográfico - em 2011, os números registraram crescimento na comercialização tanto de CDs como de DVDs em 0,76% em relação a 2010 (ABPD, 2012) – as emissoras já não têm como voltar a usar suportes físicos de forma predominante. “A questão é que nem se encontra mais CD-player para comprar, está cada vez mais difícil tocar música em CD pelo rádio” (ALMEIDA, 2015).

A principal fonte de música das três emissoras pesquisadas passou a ser a Internet. A primeira implicação dessa mudança é a admissão de que tal modelo é tão vital que nem mesmo a questão da legislação dos direitos autorais é plenamente respeitada. Apenas a Mirante FM possui conta no iTunes (site que vende músicas de forma oficial), evitando ao máximo cometer *download*²¹ diretamente de páginas não-oficiais. Mas essa facilidade trouxe um segundo impacto, como lembra o produtor e locutor da Mirante, Nynrod Weber. “A digitalização enxugou a equipe. Uma pessoa só dá conta de todo o processo: baixar, cadastrar, deixar apto a executar. A demanda agora não é de pessoas, e sim de conhecimento” (WEBER, 2015). Esta realidade é compartilhada pela Rádio Difusora, que também mantém uma equipe menor para dar conta dessas tarefas.

Por outro lado, a desmaterialização da música nas rádios tem significado maior liberdade das emissoras na composição de suas tabelas de programação. As gravadoras fizeram, ao longo de décadas, investimentos para que seus contratados tocassem no rádio, que foram diminuindo conforme a música passou a chegar às emissoras pela Internet. Essa situação é celebrada com otimismo por Nilo Gomes. “A desmaterialização democratizou a relação entre rádio e artista. Antes, as gravadoras nos ofertavam apenas o que queriam que fosse tocado, na forma de single. Hoje, podemos escolher o que quisermos na Internet” (GOMES, 2015).

Na Rádio Mirante, a visão é mais reflexiva. “A Internet facilitou a vida para os artistas, que se lançam na Internet, mas isso complicou para as rádios, pelo fato de a música ir direto para o consumidor” (WEBER, 2015), o que contribui para a necessidade da revisão do papel do rádio FM na divulgação da música e formação de opinião e gosto do público, afinal a música está à disposição das pessoas antes de chegar às rádios.

Nesse sentido, a Mirante e a Universidade têm colocado no ar programas específicos para atender o que Nynrod Weber chama de “demanda de Internet”, as músicas que são lançadas na grande rede e que ganham notoriedade entre os fãs. A Difusora, por sua vez, aposta nessa demanda em toda a programação, já que a base de sua *playlist*²² são os pedidos de ouvintes. “É uma via de mão dupla. Da mesma forma que os ouvintes nos indicam o que baixar, porque começam a pedir e a gente tem que atender, também rastreamos sites de música para identificar o que está acontecendo. Geralmente, o ouvinte está à frente do rádio. Nosso desafio é alcança-lo” (GOMES, 2015).

²¹ Descarregamento de arquivos

²² Lista de músicas selecionadas previamente para posterior execução no ar

Por não ser uma emissora comercial e, por isso, ter tido historicamente relação menos imbricada com as gravadoras, a Rádio Universidade vê na desmaterialização uma “porta sempre aberta” (ALMEIDA, 2015), mas que, justamente por conta da infinitude da rede, trouxe algumas desvantagens. “Hoje, temos muita dificuldade de encontrar a música que interessa ao nosso público. Os grandes artistas de nossa programação estão desaparecendo e seus substitutos estão espalhados na Internet numa proporção que é impossível acompanhar. Pelo menos na época das gravadoras, os representantes traziam as novidades dentro do nosso estilo, faziam esse trabalho para a gente”, conta Cristina Lima de Almeida, que ressalta que a Rádio Universidade ainda realiza compras regulares de CD nas poucas lojas que restam, no intuito de não se atrasar nos lançamentos – a Universidade foi a única rádio pesquisada que revelou ainda comprar CDs.

O sistema de segurança do acervo desmaterializado é uma preocupação constante das emissoras. “Um único comando pode apagar todas as músicas do sistema digital e a rádio simplesmente ficar sem música para tocar. Nesse sentido, materializar a música novamente é uma estratégia de segurança” (ALMEIDA, 2015). A Rádio Universidade copia para CD-R e DVD-R todas as músicas que são extraídas de CD ou baixadas para a programação, constituindo uma espécie de back-up (cópia reserva) físico. A Mirante deixa essa tarefa a cargo do departamento de Tecnologia e Informática, que mantém tudo em back-up, mas de forma totalmente digital. Tanto a Mirante como a Difusora exportam diretamente do software utilizado no ar para o ECAD os dados sobre autoria das músicas. Já a Universidade gera planilhas em PDF, pois seu software de programação não é compatível com o utilizado no ar.

Em acordo sobre o fato de o rádio FM ainda estar atravessando um período de adaptação aos impactos da desmaterialização da música, as emissoras pesquisadas admitem um cenário de incerteza em relação ao futuro da frequência modulada que privilegia a música como seu principal material de trabalho.

Nilo Gomes acredita que, aos poucos, a informação deve tomar o lugar da música nas rádios FM. “Acredito que o rádio dará mais espaço para a informação do que para a música, mesmo a rádio FM. O FM foi criado como opção de entretenimento musical ao grande número de informações que circulavam no AM. Mas isso porque não havia velocidade de informação nos outros veículos. Hoje, a informação está em todos os lugares. O rádio FM precisa se reinventar” (GOMES, 2015).

Nynrod Weber e Cristina Lima de Almeida possuem concepção mais otimista quanto ao futuro da música do rádio FM. Para a programadora da Rádio Universidade, o ato de ouvir

música no rádio é uma experiência insubstituível, especialmente em comparação com computadores e celulares. “O rádio tem qualidade de som, dá para ouvir em ambientes abertos, com todos os graves, médios e agudos. As mídias digitais tiram o peso da música. Hoje em dia parece que é preciso ter um estúdio em casa para se ouvir música em todos os detalhes, porque pelo celular não é a mesma coisa. Pelo menos o rádio ainda cumpre esse papel” (ALMEIDA, 2015). Weber ressalta a relação sentimental das pessoas com a música. “A música ainda toca as pessoas, mais que a informação. Possivelmente, o rádio FM vai se focar em cada vez mais nichos: *rock and roll*, público GLS, músicos alternativos. A rádio pode deixar de ser um prédio, toda uma estrutura, mas nunca vai acabar, enquanto houver interesse por música” (WEBER, 2015).

6. Conclusão

Ainda são escassos os estudos tanto sobre os impactos da desmaterialização da música quanto sobre as rádios FM de São Luís (MA), de forma geral. Este trabalho consistiu em uma contribuição nessa seara, no intuito de propiciar mais reflexão sobre essas questões.

A pesquisa identificou que, assim que foi percebida a diminuição da chegada de músicas em CD por meio das gravadoras, as emissoras não tardaram a adotar a Internet como alternativa principal para suprir essa necessidade. No entanto, as observações de campo e as entrevistas revelaram também que as rádios FM pesquisadas, mesmo se atualizando tecnologicamente em tempo hábil, admitem fragilidade diante da velocidade dos lançamentos e do conhecimento dos ouvintes.

O enxugamento das equipes de programação foi uma das consequências da adoção da música desmaterializada, bem como o desenvolvimento do hábito de descarregamento de arquivos gratuitos por sites não-oficiais, com exceção da Rádio Mirante FM. As emissoras celebram o que consideram maior liberdade de acesso à música pela Internet, em contraposição às sugestões das gravadoras, mas, pelo menos no caso da Rádio Universidade FM, o excesso de material disponível nem sempre satisfaz as necessidades de programação. A criação de cópias de segurança dos arquivos musicais é uma preocupação constante das três rádios escolhidas como objeto desta pesquisa, mas a Universidade é a única que materializa as músicas novamente em suportes físicos, como CD-R e DVD-R.

Por fim, a pesquisa demonstrou que, apesar de estarem adaptadas à desmaterialização da música, as emissoras analisadas admitem viver um cenário de incerteza em relação ao

futuro do rádio FM, especialmente pelo fato de que, com a disponibilidade de músicas na Internet, o veículo tem sido cada vez menos um intermediário entre a gravação musical e a audiência, que muitas vezes conhece os trabalhos dos artistas antes mesmo de as rádios os terem em seu acervo.

REFERÊNCIAS

- ABPD - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES DE DISCOS. **Mercado brasileiro de música 2011**. Acessado em 19 de novembro de 2012. Disponível em <http://www.abpd.org.br/downloads/Fina2011.pdf>. 2012.
- ADORNO, Theodor W. **Sobre música popular**. In: COHN, Gabriel (Org.). **Adorno**. São Paulo: Ática, 1986.
- ALMEIDA, Cristina Lima de. Radialista/Rádio Universidade FM. Entrevista concedida em 31 de março de 2015. São Luís, 2015.
- BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- DIAS, Márcia Tosta. **Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura**. São Paulo: Boitempo, 2008.
- FERREIRA, Flávio Reis; GARCÊS, Graças de Maria Paixão. **Rádios comunitárias e sua função social: o caso da Rádio FM Verdes Mares, de São José de Ribamar**. Monografia de conclusão de curso de Jornalismo da Faculdade Estácio de São Luís. São Luís, 2013.
- GOMES, Nilo. Radialista/Rádio Difusora FM. Entrevista concedida em 17 de março de 2015. São Luís, 2015.
- JUNG, Milton. **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.
- LACERDA, Helena. **Mp3: a revolução audiodigital**. Rio de Janeiro: Brasport, 2001.
- LESSIG, Lawrence. **Cultura livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade**. São Paulo: Trama, 2005.
- MARANINI, Nicolau. **As transformações do AM: perspectiva da programação frente à concorrência do FM**. In: MOREIRA, Sonia Virgínia; DEL BIANCO, Nélia R. **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.
- MORELLI, Rita C. L. **Indústria fonográfica: um estudo antropológico**. Campinas: Unicamp, 2009.

REGO, Glaydson Botelho. **80 anos de rádio no Maranhão:** breve histórico da Rádio Sociedade Maranhense à Rádio Educadora. São Luís: UFMA, 2004.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou:** do galena ao digital, a radiodifusão no Brasil e no mundo. São Paulo: Negócio Editora, 1997.

WEBER, Nynrod. Radialista/Rádio Mirante FM. Entrevista concedida em 19 de março de 2015. São Luís, 2015.