

Rádio Jovem Pan Belém: perspectivas do padrão digital e sua relação com as redes¹

Mariana Pereira da SILVA²

Lanna Paula Ramos da SILVA³

Brenda Aynoã Nunes Rachit SANTOS⁴

Luciana Miranda COSTA⁵

Universidade Federal do Pará, Belém, Pará.

Resumo

No presente artigo busca-se analisar a atuação da emissora de rádio Jovem Pan FM Belém, abordando aspectos do seu desenvolvimento, a adaptação às novas formas de interação utilizando a *web* como suporte para a aproximação do público através das redes sociais e outras ferramentas que possibilitaram transformações ao longo do tempo. A rádio como meio de comunicação de massa, acompanhou as transformações sociais e técnicas para adaptar-se aos novos padrões tecnológicos. A partir disso analisaremos como se configura, atualmente, a transição das rádios do padrão de transmissão analógico para o padrão digital. Observando quais as barreiras encontradas, segundo os próprios radialistas, nessa transformação, além de elucidar a relação da rádio Jovem Pan com o público e de que maneira as redes têm servido como meio de estreitar laços com os ouvintes.

Palavras-chave: Rádio; Redes Sociais; Jovem Pan; Padrão Digital

Rádio no Brasil

Embora as transmissões radiofônicas já tivessem sido ensaiadas em outros lugares do mundo ainda no século XIX, foi na primeira metade do século XX que elas começaram a alcançar efetivamente o público brasileiro. Mais precisamente, o rádio começa a transmitir

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Rádio, TV e Internet, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Aluna líder do grupo e graduanda do 5º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. E-mail: mariana.silva78@live.com

³ Graduanda do 5º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Bolsista PIBIC/UFPA – AF do projeto de pesquisa Mídias Alternativas na Amazônia. E-mail: lannapaula@gmail.com

⁴ Graduanda do 5º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. E-mail: brendarachit@hotmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará. E-mail: lmirandaeua@hotmail.com

suas ondas oficialmente no cenário nacional em 07 de Setembro de 1922, através da estação de 500W instalada no alto do Corcovado, no Rio de Janeiro, pela *Westinghouse Electric* em parceria com a Companhia Telefônica Brasileira, na comemoração do primeiro centenário da independência do Brasil. Pela oportunidade da data, o discurso do então presidente Epitácio Pessoa pôde ser ouvido pela sociedade da época, através de 80 receptores espalhados pela cidade.

Ainda no ritmo da festividade da data, foram transmitidas óperas em apresentação no Teatro Municipal do Rio de Janeiro, concertos e conferências ao público ouvinte. Contudo, a novidade não permaneceu por muitos dias, embora tivesse sido impactante para a sociedade, não havia um projeto que desse continuidade às transmissões radiofônicas e assim estas foram interrompidas no término das comemorações.

Em 1923, a radiodifusão começa de fato a tomar iniciativa no Brasil, o governo organiza no Rio de Janeiro uma estação de rádio que transmitia, em poucas condições, programas literários, musicais e informativos. Nesse mesmo ano, Roquette Pinto e Henrique Morize fundaram a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro com uma programação de caráter educativo e cultural. Com apenas um ano de existência, a rádio carioca insere o transmissor mais potente da América do Sul, com potência de dois mil watts.

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro influenciou diretamente a formação de outras sociedades pelos estados brasileiros e assim foram fundadas outras rádios amadoras com esse mesmo caráter de clube ou sociedade, pois como ainda não eram permitidas publicidades, as rádios que estavam surgindo no país eram sustentadas por seus associados e por doações, essas doações não eram constantes, o que dificultava ainda mais a manutenção das emissoras. Mesmo assim, seus fundadores acreditavam na potencialidade do meio de comunicação que estava para reconfigurar às interações socioculturais da época.

Na década de 1930, o presidente Getúlio Vargas permite o uso de publicidade nas rádios e assim as emissoras passam por uma transformação: agora são regidas cada vez mais por interesses comerciais dos anunciantes, os quais começam a enxergar de forma mais concreta e crível, o potencial de lucratividade do meio. As rádios vão assim perdendo o caráter de associação e passam a se profissionalizar. As rádios, mais do que nunca partem em uma corrida na disputa por audiência, pela conquista do público e por investimentos.

Em 1935 é inaugurada a Rádio Jornal do Brasil, trazendo consigo o programa oficial do governo de Getúlio Vargas. O programa intitulado A Voz do Brasil é transmitido até os dias atuais. Ainda neste ano, surgem os primeiros programas de auditórios e o público passa

a interagir de forma mais próxima e direta com o universo das rádios. Esse público se tornou cativo através dessa interação e passou a idolatrar os locutores e cantores. Um ano depois, a Rádio Nacional entra no ar. Mesmo com a chegada da rádio Tupi em São Paulo pela rede de comunicações de Assis Chateaubriand, a emissora do Rio de Janeiro lidera a audiência durante duas décadas, sendo assim considerada como a primeira grande emissora brasileira.

O ano de 1940 chega trazendo consigo a primeira radionovela, transmitida pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro sob o nome de “Em busca da felicidade”. Logo o gênero da radiodramaturgia invade outras emissoras e toma conta da programação. Só na Rádio Nacional, em 1945, eram transmitidas quatorze novelas por dia. Além deste gênero, as rádios passam a se especializar em diferentes conteúdos. Algumas rádios se especializaram no esporte, outras no radiojornalismo e assim surgem referências no universo radiofônico, como a “Emissora dos Esportes”, Rádio Panamericana, de São Paulo; Repórter Esso, o “Grande Jornal Falado Tupi” e o “Matutino Tupi”.

Rádio no Pará

Em meio ao cenário nacional, o rádio alcança as terras paraenses no final da década de 1920. A primeira rádio paraense entra em cena oficialmente no dia 22 de Abril de 1928 era a Rádio Clube do Pará. Fundada por Edgar Proença, Eriberto Pio e Roberto Camelier, a PRC-5, como era comumente conhecida, foi a quarta rádio a ser fundada no Brasil e atuou no cenário radiofônico paraense praticamente sozinha por 26 anos. Seu slogan era “Rádio Clube do Pará: A voz que fala e canta para a planície”.

A programação da Rádio Clube começou bastante elitizada, com músicas eruditas e público restrito, mas com a popularização e profissionalização do rádio essa programação passou a ser mais diversificada, mais abrangente. Assim, a programação musical tornou-se diferenciada, com emissões especializadas em música clássica e popular, esta última dividida entre músicas estrangeiras, nacionais e regionais. (DIAS, 2012, p. 154). A rádio possuía vários artistas, auditório, conjuntos musicais e até orquestras.

Em 1954 foi inaugurada a rádio Marajoara, que chegara para estabelecer concorrência à Rádio Clube. Fundada como parte da Rede Diários Associados, de Assis Chateaubriand, a ZYE-20 chega com toda força. Economicamente mais forte que a rádio

Clube, a rádio Marajoara conquista seu espaço diante do público ouvinte paraense. Porém a PRC-5 já havia há muito estabelecido fortes laços com seu fiel público.

Os profissionais que fundaram a emissora vieram das rádios “associadas” do Rio de Janeiro e de São Paulo e seus equipamentos foram importados da multinacional RCA-Vitor. Seu estúdio e auditório (com capacidade para mil pessoas) foram instalados no centro da cidade, próximo à Praça Justo Chermont, também conhecida como Largo de Nazaré. Outras instalações da emissora no Largo de Nazaré eram o cassino “Rancho Grande” e o Teatro “Marajoara”. (DIAS, 2012, p. 154)

A rádio Marajoara deu início as suas programações com um transmissor de 10 *kilowatts*. Muitos artistas foram contratados, inclusive profissionais da PRC-5, que passaram a compor a equipe da emissora rival.

Rádio Jovem Pan Belém

A rádio Jovem Pan, assim como outras rádios brasileiras, era inicialmente transmitida no sinal de frequência AM. Foi inaugurada no dia 3 de maio de 1943, com o nome de Rádio Panamericana e possuía o indicativo de chamada de PRH 7. Em 1944 foi vendida para o empresário paulista Paulo Machado de Carvalho, o qual possuía um grupo de emissoras de rádio e TV, conhecido como Rede Unidas de Televisão e Rádio ou Emissoras Unidas. Em 1964, a emissora passa a se chamar Jovem Pan, com objetivo de ganhar um reconhecimento, pois a emissora estava envolvida com os fatos atuais e já pretendia alcançar um público específico, o público jovem.

A rádio Jovem Pan expandiu suas transmissões para a frequência FM em 1976, levando o seu estilo jovem e antenado para o novo formato, compatível com as rádios FM. Na programação, as músicas eram destaque e nesta perspectiva, a Jovem Pan FM teve grande sucesso na nova frequência. Em 1993, a emissora dá início ao projeto de transmissões de sinal via satélite, pretendendo alcançar diversas regiões do Brasil. Esse projeto teve início em junho de 1994.

Uma das primeiras afiliadas está localizada na capital do estado do Pará. A Jovem Pan Belém está no ar desde agosto de 1994⁶ quando os irmãos Edyr Augusto e João Augusto Proença se encantaram pela emissora, como relataram ao jornalista Álvaro Alvez de Faria (1996):

⁶ Segundo: < <http://tudoradio.com/noticias/ver/9656-exclusivo-rede-jovem-pan-fm-chega-aos-19-anos-em-belem-e-tambem-realiza-evento-no-parana> > Acesso em 19 de Junho 2014.

A paixão pela Jovem Pan FM nasceu quando viajamos para São Paulo e sintonizamos a rádio no hotel. Era uma plástica totalmente diferente. Percebemos na hora que a Jovem Pan ficaria bem em Belém, já que o Pará abriga um povo com parentesco indígena e é, ao mesmo tempo, ligado ao Caribe, ao Merengue, à salsa, à rumba. Tudo isso é muito forte e dançante (FARIA, 1996)

Com essas questões em vista, os irmãos já estavam ligados ao rádio por serem netos de Edgar Proença, importante radialista brasileiro, assim Edyr Augusto e João Augusto Proença negociaram a filiação da Jovem Pan FM.

Como previsto pelos irmãos, a rádio teve grande aceitação na cidade, principalmente entre o público alvo da emissora, jovens de 20 a 35 anos, que desde já foram atraídos pela programação jovem/pop que os encantou. A proposta jovem da emissora encontrou grande aceitação na cidade, o que levou a rádio ao topo em audiência, pois embora seu público alvo estivesse estipulado em uma faixa etária, conseguia agradar públicos de diversas classes.

Rádio Digital no Brasil

O rádio digital é uma forma de radiodifusão, onde o som é digitalizado e codificado de forma digital para então ser transmitido. Dentre as vantagens da nova transmissão está sua qualidade de áudio, assim as transmissões AM poderão ser ouvidas sem interrupção e as transmissões FM terão sua qualidade equiparada com o áudio de um CD. Além de permitir que mais canais de transmissão estejam disponíveis, o sinal digital irá permitir que textos sejam exibidos no visor do aparelho, a fim de complementar a programação. Imagens também poderão ser baixadas, tudo isso para melhorar a experiência dos ouvintes de rádio.

O pesquisador André Barbosa Filho aponta que “com o rádio digital praticamente não existe estática, já que, dentro de cada receptor, variando de caso a caso, há um pequeno sistema inteligente informatizado que é capaz de filtrar sinais indesejáveis” (BARBOSA, 2005, p.328). Essa qualidade acaba sendo o principal motivo para que as pessoas se sintam atraídas a comprar novos aparelhos e desfrutarem com mais qualidade os sons vindos de sua programação.

O SBRD (Sistema Brasileiro de Rádio Digital) aderiu como base técnica para as transmissões, os sinais padrões em: *In Band on Channel* (IBOC), também conhecido como HDRadio, padrão utilizado nos Estados Unidos e criado pelo consórcio americano *iBiquity Digital* e DRM (Digital Radio Mondiale), padrão utilizado na Europa. Desde 2007 tanto

americanos como europeus tentam apresentar o que cada sinal possui de melhor, a fim de implantar seu produto como único no Brasil.

No Brasil, as transmissões digitais ainda estão em andamento, os testes das novas emissões foram aprovados em 12 de setembro de 2005 e desde 2007 são realizados testes através dos dois sinais. A Agência Nacional de Comunicação (ANATEL) aprovou inicialmente 12 emissoras para executarem os testes, foram elas: Sistema Globo de Rádio, Jovem Pan, RBS e El Dorado para a região de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba e Brasília. Essas emissoras testaram o sistema IBOC de transmissão. A Radiobrás e a Faculdade de Tecnologia da Universidade de Brasília testaram o sistema DRM.

O que muda no sinal IBOC é que as transmissões FM terão qualidade de CD e as transmissões AM terão a qualidade de um sinal FM estéreo. Através da IBOC serão transmitidos as programações tanto no sinal HDRádio como no sinal analógico, preservando os canais para que as rádios possam migrar definitivamente para o padrão digital quando se sentirem devidamente preparadas. Em determinado ponto o sinal analógico seria interrompido e somente o sinal digital iria atuar.

Uma das características do DRM é sua transmissão com menos espectro, e ainda a possibilidade de abranger as transmissões com Ondas Curtas e Ondas Tropicais, esse tipo de transmissão se caracteriza pelo seu longo alcance de onda, o que faz com que cheguem a locais distantes. Essa característica do DRM se mostra fundamental caso se pretenda levar a digitalização para a região Amazônica, pois como essa região se encontra afastada dos grandes centros urbanos, a transmissão usada para que o sinal chegue nesse espaço é o AM, por trabalhar com transmissões em Ondas Curtas, logo a digitalização do sinal iria permitir maior competência sonora aos ouvintes.

O que ainda prende o Brasil na tomada dessa decisão são os interesses políticos envolvidos, pois não só a questão qualitativa da transmissão é levada em conta, mas também a lucrativa. Com a adesão do DRM, as pessoas terão que comprar novos aparelhos. Os congressistas acreditam ser um investimento delicado, pois não têm certeza se tantas pessoas teriam capital suficiente para obter um novo aparelho, em vista que sua chegada no mercado pode não vir com preços acessíveis o suficiente. O investimento nas transmissões em DRM podem beneficiar os ouvintes distantes, como os localizados na região Amazônica.

O Ministro das Comunicações Genildo Lins em 23 de outubro de 2012¹ declarou: “Temos que pensar nos interesses econômicos, por isso não queremos forçar nas ondas curtas e tropicais. São ouvintes rurais, distantes dos grandes centros, o que dificulta a digitalização nesses casos, uma vez que é caro.”

Até o ano passado nenhuma decisão fora tomada sobre os sinais. Segundo os resultados dos testes nenhum dos sinais se mostraram satisfatórios, o atraso na decisão pelos dois sinais fez a preocupação entre os radiodifusores crescer. O chefe de gabinete da Diretoria-Geral da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), Braúlio Ribeiro declarou, em 17 de setembro de 2013 na audiência pública da Comissão de Ciência e Tecnologia do Senado, que de nada adiantaria a implantação do rádio digital no Brasil se o custo dos aparelhos for alto tornando o acesso limitado.

A Rádio Nacional da Amazônia, por exemplo, mostra sua preferência pelo sinal DRM, pois busca uma transmissão de maior alcance e de qualidade superior para abranger os seus espectadores mais longínquos. Entretanto, só os novos aparelhos receptores automotivos variam entre 180 a 900 dólares, os aparelhos fixos sofrem uma variação ainda maior de seus preços. O alto preço desses apetrechos pode fazer o investimento no sinal não ser compensatório, os moradores de áreas rurais e distantes podem não dispor de quantia suficiente para a obtenção do novo objeto.

Mesmo com os inúmeros benefícios da implantação do rádio digital e por mais que se fale muito na digitalização dos sinais radiofônicos, muitas rádios ainda não se encontram preparadas para mudar seus aparelhos caso seja decidido por qual sinal as frequências irão operar. Apesar das vantagens que as novas transmissões irão trazer, interesses políticos baseados em seu custo elevado podem atrasar a chegada da nova tecnologia.

Em Belém, a adesão ao padrão se encontra em modo de espera por motivos diversos. Algumas rádios como a Jovem Pan possuem dificuldades na parte financeira, pois a troca de aparelhos é fundamental para que haja suporte ao sinal digital. Felipe Proença, Diretor de Marketing da rádio Jovem Pan Belém, objeto de estudo deste artigo, nos concedeu uma entrevista onde declarou que no início do ano de 2014 houve reuniões entre a diretoria da rádio e a Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABRATEL) para discutir as pertinências a respeito da mudança de sinal para o padrão digital.

A rádio se modernizou integrando-se a internet. As mudanças e adaptações estão ocorrendo de forma progressiva devido a rádio ainda estar se adaptando a internet, a adesão ao padrão digital ainda não é pensada em primeiro plano. Contudo a mudança mostra-se

inevitável. O Diretor de Marketing não negou que em algum momento no futuro irá aderir ao sinal digital:

Diferente da internet que o custo começou com zero, pra esse... Pra transformar para digital é um investimento muito pesado. A gente tem que se preparar pra esse futuro, só que ainda não é o momento”. (PROENÇA, Felipe. In entrevista realizada por Lanna Paula Ramos e Mariana Pereira. Belém – Pará, 8 de abril 2014)

Contudo, ele ainda não observa essa mudança como algo de beneficiamento instantâneo, preferindo adiar a adesão para que se torne algo de maior acesso e que o investimento seja sentido de imediato.

Inserção da rádio Jovem Pan no ambiente virtual

Além do padrão digital que prevê uma maior qualidade na radiodifusão em todo mundo, a internet com suas diversas possibilidades também se mostra um meio onde o rádio poderá diversificar suas propostas. O rádio desde sua criação até os dias de hoje sempre se adaptou as novas tecnologias, agrupando-as para melhorar as experiências de seu ouvinte. Sobre a relação do rádio e internet, declara Paula Cordeiro (2004):

A Internet tem vindo a integrar o sistema de comunicação da rádio, apresentando-se, no momento, como um suporte complementar para as emissões em FM. Para a rádio, a Internet pode ser encarada tanto como concorrência quanto como desafio, no sentido da variedade que o mundo online oferece (tendo como elemento central a *world wide web*), e pelo desafio da adaptação ao novo meio, na pesquisa, produção e difusão de conteúdos. (CORDEIRO, 2004, p. 1).

Diante dessas novas perspectivas do mundo *online*, a Rádio Jovem Pan Belém possui uma relação completa com a internet. Suas primeiras experiências com a rede datam de 10 anos atrás quando a rádio implantou o *site IJovem* (www.ijovem.com.br), com o objetivo de ser um canal de comunicação com os ouvintes. Porém, o *site* não teve longa duração, pois a rede Jovem Pan São Paulo implantou um *site* conjunto para todas as suas filiais, assim o *site IJovem* foi desativado.⁷

Podemos classificar a rádio Jovem Pan Belém, segundo Lígia Maria Trigo-de-Souza (2003) como uma rádio *online*, “são as que disponibilizam programações radiofônicas pela Internet”, pois é possível ter acesso a programação completa da rádio através do *Blog* da Pan. No *blog* são veiculadas notícias gerais da música pop, promoções, programação e

⁷ Entrevista (PROENÇA, Felipe. In entrevista realizada por Lanna Paula Ramos, Mariana Pereira e Brenda Rachit. Belém – Pará, 8 de abril 2014)

também é um canal de comunicação com os ouvintes. “O website de uma rádio deverá sempre estimular a visita e o regresso do utilizador, apresentando conteúdos com interesse e relevância para o seu público” (CORDEIRO, 2004).

Figura 1 Blog da Pan

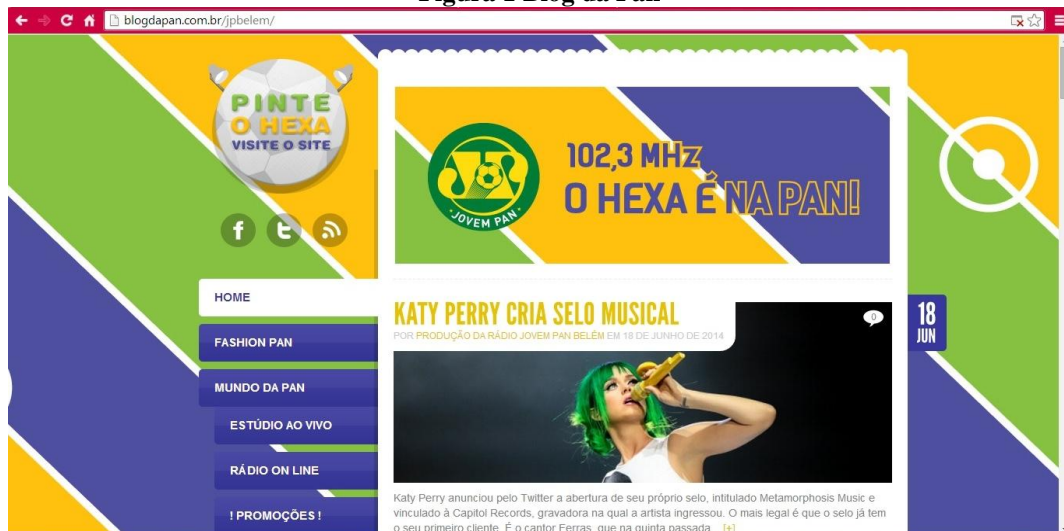
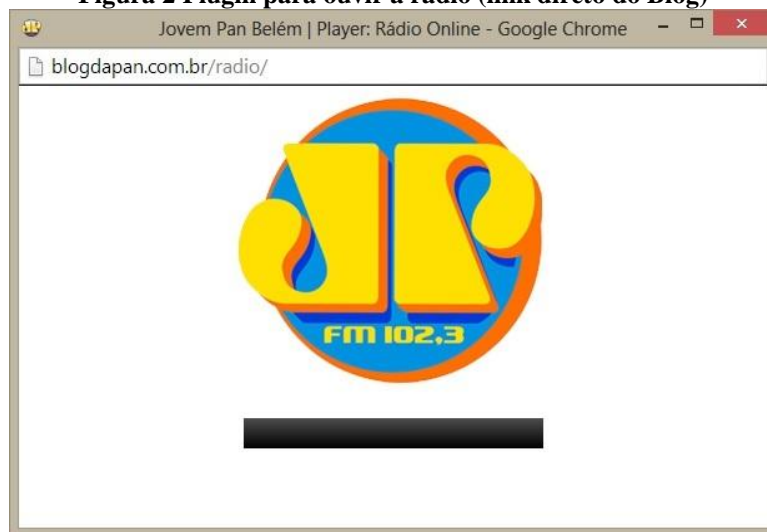


Figura 2 Plugin para ouvir a rádio (link direto do Blog)



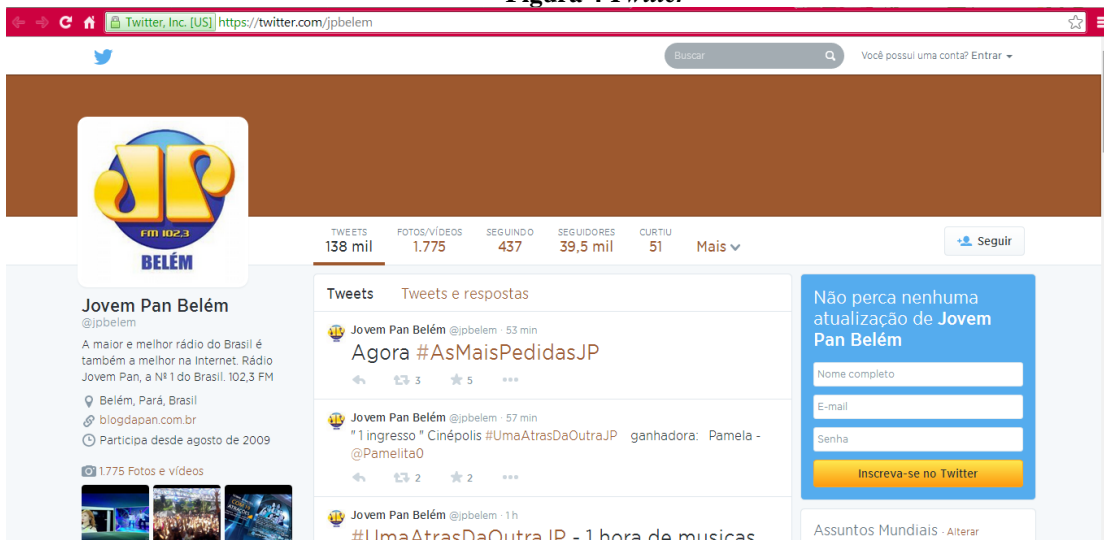
Além do *blog*, a rádio também se faz presente nas redes sociais, que se caracterizaram para a Jovem Pan Belém como o principal canal de comunicação com os ouvintes. O entrevistado Felipe Proença falou sobre como essa adaptação à rede foi gradativa e hoje ela é utilizada totalmente. Os contatos do público com a rádio são somente através das redes sociais, os telefones perderam espaço.

Um das questões que ganham grande visibilidade dentro da internet é a interatividade. O contato quase imediato com o público dá ao rádio um *feed back*, não apenas de audiência, mas também as questões ligadas à imagem da rádio. Hoje é possível, segundo Felipe Proença, vender aos ouvintes a imagem da rádio, pois as redes sociais possuem a logo, cores e imagens que caracterização a emissora.

Figura 3 Facebook



Figura 4 Twitter



Considerações finais

A padronização digital é mais uma etapa dentro das transformações tecnológicas enfrentadas pelo meio de comunicação rádio. A rádio Jovem Pan Belém, assim como as demais rádios, encontram resistência e dificuldades diante desse novo padrão. A rádio ainda

não tem pretensão real de aderir às novas propostas, mas a equipe da emissora acredita que as mudanças são inevitáveis e podem acontecer de forma gradual.

Assim como a emissora se adequou às exigências do mercado, da concorrência e do público, esta assume uma postura de preparo para enfrentar o que há de vir dentro do cenário radiofônico do estado do Pará e do Brasil. Apesar disso, o que se percebe é que ainda há pouco conhecimento e desenvolvimento do assunto no âmbito regional.

Referências

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira; **Implantação do Rádio Digital no Brasil: Testes, Impacto e Perspectivas**; 2007.

Convergência Digital. Disponível em: <
<http://convergenciadigital.uol.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=32168&sid=3#.U6MorfldVAw> > Acesso em 18 de maio de 2014.

CODEIRO, Paula; **Rádio e internet: Novas perspectivas para um velho meio**; II Congresso Ibérico de Comunicação na Co- vilhã, em Abril de 2004

Digital Radio Mondiale – Brasil. Disponível em: < <http://www.drm-brasil.org/pt-br/content/o-que-%C3%A9-r%C3%A1dio-digital> > Acesso em 18 de maio de 2014.

DIAS, Murício da Costa; **A cor local: rádio e artistas da música popular em Belém nas décadas de 1940 e 1950**, ArtCultura, Uberlândia, Julho-Dezembro 2012.

Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Disponível em:
<<http://www.ebc.com.br/noticias/politica/2013/09/implantacao-do-radio-digital-no-brasil-ainda-e-duvida> > Acesso em 20 de maio de 2014.

FARIA, Álvaro Alvez de; **Jovem Pan – Sat, Ano 2000**; São Paulo: Maltese, 1996.

O Pará nas Ondas do Rádio. Disponível em: <
<http://www.oparanasondasdoradio.ufpa.br/index.htm> > acesso em 2 de Junho de 2014

ORTRIWANO, Gisela Swetlana, 1948 – **A informação do rádio: Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**; São Paulo: Summus, 1985.

PoliGNU – Grupo de estudos de software livre e poli – usp; Disponível em: <
<http://polignu.org/drm> > Acesso em 18 de maio de 2014.

Tudo Rádio; Disponível em: <<http://tudoradio.com/conteudo/ver/2-O-Radio-Digital>> Acesso em 18 de maio de 2014

_____ ; Disponível em <<http://tudoradio.com/noticias/ver/9656-exclusivo-rede-jovem-pan-fm-chega-aos-19-anos-em-belem-e-tambem-realiza-evento-no-parana>> Acesso em 19 de junho de 2014.

TRIGO-DE-SOUZA, Lígia Maria; **Rádios. Internet. br: o rádio que caiu na rede...**; REVISTA USP, São Paulo, dezembro/fevereiro 2002-2003