

DAVID SARNOFF

Nos primórdios do século XX, ninguém e muito menos Marconi, tinha qualquer ideia do uso popular do rádio. O segredo das comunicações sempre foi um princípio básico. O primitivo emprego geral do rádio destinava-se aos navios em alto mar, privados das habituais comunicações com a terra. Mas o rádio era um luxo. Poucos navios podiam tê-lo, e as companhias de radiotelegrafia eram malogros financeiros. Foi seguindo o caminho da falência que a principal organização americana rival de Marconi veio cair-lhe nas mãos.

Fêz-se mister um desastre como o do Titanic, em abril de 1912, para abalar a complacência das gentes e impor uma legislação que obstasse às delongas humanas e à negligência na utilização do rádio.

O próprio Marconi teria embarcado na viagem de estreia do orgulho da White Star Line, o “infundável” Titanic, cuja lista de passageiros incluía as mais ricas e mais nobres figuras da sociedade de dois continentes. Mas transferira a viagem para o Lusitânia, que zarpou três dias antes. Marconi tinha um monte de trabalho pela frente e sentia que lhe seria difícil realiza-lo no meio das comemorações da viagem inaugural.

No domingo, 14 de abril de 1912, durante todo o dia, o telégrafo sem fio de outros navios avisara o Titanic da ameaça do gelo. O Caronia, o Baltic, o Amerika, o Mesaba tinham falado, e, por fim, às 11 horas da noite, o Californian. Sobrecarregado de mensagens particulares e ansioso por ouvir notícias do Cabo Race, disse ao outro navio o operador do Titanic: - Cale a boca, que eu estou procurando comunicar-me com o Cabo Race. Às 23h40min o Titanic bateu no gelo. E às 02h20min soçobrou.

Pela noite adentro subiu o grito do Titanic, o velho COD e, logo, o recentíssimo SOS. Mas no barco mais próximo, o Californian, a doze milhas apenas de distância, o único radiotelegrafista já havia encerrado os seus trabalhos por aquela noite. Não houve resposta.

A cinquenta e cinco milhas além, o Carpathia, que saíra havia três dias de Nova Iorque, com destino aos portos ensolarados da Itália, captou o sinal e aproou para o Titanic. À sua maior velocidade de catorze nós levaria quatro horas para chegar. Mas com um desesperado “tocar a todo vapor”, o Carpathia viu-se fazendo dezessete nós e deixando o seu ameno rumo para meter-se no dédalo das geleiras. À 1h40min disparara o Titanic o último foguete. Às 03h30min estavam no ar os foguetes do Carpathia, buscando localizar os poucos escaleres do Titanic – demasiado poucos para a lista de passageiros. Mil e quinhentos passageiros haveriam de perder-se.

Entre quatro da madrugada e oito e tanto da manhã, o Carpathia conseguiu apanhar 705 sobreviventes. Às 08h50min voltou para Nova Iorque, deixando ao Californian o encargo de explorar a área.

O sem fio do Carpathia era fraco demais para alcançar Nova Iorque, de sorte que as suas mensagens foram retransmitidas pelo irmão gêmeo do Titanic na White Star Line, o Olympic. Por uma razão qualquer, a primeira mensagem do Olympic só foi ouvida em Nova Iorque às 06 horas da tarde. De sorte que, desde a mensagem do Cabo Race, à 1h20min, segundo a qual o Titanic abalroara um iceberg e pedira socorro, o mundo quedara à espera e à espreita, em trágica perplexidade, sem notícias ou com notícias infundadas.

No último andar do Wanamaker, gigantesco estabelecimento comercial de Nova Iorque, naquela manhã de 15 de abril de 1912, o jovem David Sarnoff, de vinte e um anos de idade, trabalhava como operador da mais potente estação de rádio construída até então. Seis anos antes, o jovem Sarnoff, o mais velho dos cinco filhos de uma viúva, entrara pela porta errada ao procurar trabalho. Era a porta do escritório da Commercial Cable Company, que lhe proporcionou um simples emprego de mensageiro. Fascinado pelo telégrafo, não demorou em dominar o Código Morse e, seis meses mais tarde, batia à porta da Marconi Company, solicitando um lugar de operador. Submetendo-se a um período de aprendizagem na Ilha de Nantucket e a bordo do navio Harvard, que fazia o percurso entre Boston e Nova Iorque, conseguiu Sarnoff a habilidade necessária para abiscoitar o cargo no Wanamaker.

Foi ele quem recebeu a primeira mensagem: “O navio Titanic encontrou um iceberg e está afundando rapidamente” e, durante as setenta e duas horas que se seguiram, empregou a sua habilidade em dirigir navios à cena do desastre e em retransmitir nomes de sobreviventes.

David Sarnoff não poderia saber, naquela noite escura de abril de 1912, que o seu nome transporia, magicamente, o abismo entre a era dos pontos-barras do telégrafo sem fio e a era espacial em que nasceriam termos como “rádio” (cerca de 1915); “radiodifusão” (cerca de 1920); e “televisão”, que ele mesmo lançaria em 1939. Porém Marconi, que tinha olho clínico para o incomum em métodos e homens, enxergou qualquer coisa no jovem Sarnoff e fê-lo adiantar-se aceleradamente.

Esta seria mais uma época de progresso de inventos anteriores do que de criação de novos.

RADIODIFUSÃO – CRIAÇÃO – DAVID SARNOFF

Em 1915, David Sarnoff, um dos pioneiros do rádio comercial nos Estados Unidos, ex-operador de telégrafo, que era empregado da firma Marconi, enviou

um memorando ao vice-presidente Edward J. Nally da Marconi Wireless Telegraphy Company of America, com os seguintes dizeres:

“Tenho em mente um projeto de desenvolvimento que poderia tornar o rádio uma “utilidade doméstica”, assim como o piano [...] a ideia é levar música aos lares por meio das ondas de rádio. [...] O receptor pode ser projetado na forma de um “rádio caixa de música” e ajustado para vários comprimentos de onda, que podem ser alternados pelo simples acionamento de uma chave ou pressão de um único botão.

Se apenas um milhão de famílias gostassem da ideia, ela poderia gerar [...] considerável renda.

O memorando de David Sarnoff foi rejeitado. Uma década mais tarde, nos anos 1920, as vendas de aparelhos de rádio pela companhia que fundou - RCA - tornaram-na uma das empresas industriais mais poderosas do mundo.

Em 1930, antes que o governo americano houvesse forçado a General Electric e a Westinghouse a se retirarem da RCA, David Sarnoff encontrou-se alçado à direção desta associação, que então era a companhia mais poderosa dessa nova indústria. Deveria desempenhar aí um papel de primeiríssimo plano até o ano de 1947. Acrescente-se, todavia, que desde 1926, a RCA, a General Electric e a Westinghouse haviam fundado um organismo comum, a The National Broadcasting Company (NBC), com a finalidade de administrar emissões de rádio: era a primeira companhia organizada exclusivamente com fins de radiodifusão. Por ocasião da fundação da NBC, a distribuição dos capitais era a seguinte: 50 por cento para a RCA, 20 por cento para a General Electric e 20 por cento para a Westinghouse. Um programa transcontinental (*coast-to-coast*) de duração de uma hora e um quarto inaugurou a abertura desta rede em 15 de novembro de 1926, e as vinte e cinco estações encarregadas de transmitir esta emissão atingiram um público de cerca de cinco milhões de ouvintes.

Desde 1927, a NBC compreendia duas redes - a Azul e a Vermelha. A Rede Azul consistia num desenvolvimento da estação WJZ, que tinha os seus transmissores em Nova York e em Newark e que havia caído, desde 1922, sob o jugo da RCA. A Rede Vermelha havia-se originado da estação rival que operava em Nova York sob a sigla WEAJ desde 16 de agosto de 1922: esta última, desde o seu começo, tinha sido criada pela American Telephone & Telegraph.

A fundação da rede NBC constitui o verdadeiro início do sistema atual. E, além disso, uma nova rede, a The Columbia Broadcasting System (CBS) devia surgir em 1927, no começo com uma base financeira muito fraca. Foi empalmada em 1928 por um homem de negócios realizador, William S. Paley, e a CBS começou então a sua arrancada espetacular que a colocou à frente da indústria

das comunicações nos Estados Unidos. Em 1934, a CBS servia a 97 estações e havia quase se emparelhado com a rede NBC, que contava com 127 estações.

É, porém, importante notar-se que o sistema da “livre empresa”, que havia prevalecido no período do pioneirismo, não deixava de causar sérias dificuldades. Também em 1927, uma lei federal foi votada (the Radio Act of 1927): criava uma comissão de cinco membros, a Federal Radio Commission, destina a regulamentar todos os problemas criados pela radiodifusão nos Estados Unidos. As funções desta comissão foram, em 1924, ampliadas para o conjunto do setor das telecomunicações, e a composição da Comissão, desse período em diante denominada Federal Communications Commission (FCC), passou de cinco para sete membros.

Como já assinalamos mais acima, a NBC era em sua origem dividida em duas redes. A rede Azul foi vendida em 1934 a um negociante de roupas, Edward Noble, e tomou o nome de American Broadcasting Company (ABC): a terceira grande companhia do domínio das ondas na América acabava de nascer.

O rádio transformou todos os países onde foi introduzido. Apesar dos telégrafos e telefones enviarem mensagens a uma velocidade extremamente alta, os dois podiam apenas conectar um indivíduo a outro. Mas as ondas de rádio não estavam presas dentro de um fio de cobre. Como a natureza dessas ondas é se espalharem em todas as direções, o rádio enviava sua informação de forma tão ampla que *broadcasting* se tornou o termo popular que descreve esse novo efeito.

De repente, as marcas nacionais tornaram-se muito mais populares; equipes esportivas locais passaram a atrair torcedores de todo o país; o culto de celebridades – como se deu com as estrelas de Hollywood – se generalizou. Ouvintes sentiam que os programas eram dirigidos a eles pessoalmente.

E a política também mudou.

Muitos inventores e outros interessados começaram a imaginar novas formas de usar esse novo aparelho.

Colaboração de Ivan Dorneles Rodrigues – PY3IDR | ivanr@cpovo.net | www.memoriallandelldemoura.com.br