
A programação no rádio AM + FM: especificidades de um meio em migração¹

Karina Woehl de FARIAS²

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC

Resumo

O rádio vive um novo momento de mudança em decorrência do processo de migração do AM para o FM. Este artigo traz à discussão as transformações na programação jornalística das emissoras ao longo deste quase um século de existência do meio no Brasil. O trabalho reconhece e sistematiza os modelos de grades existentes nos dois espectros e as especificidades de cada dial até o período atual da radiodifusão, o de migração para a Frequência Modulada, apresentando apontamentos e possibilidades diante deste novo cenário. O estudo se apresenta como uma sistematização histórica, utiliza técnicas de revisão bibliográfica à luz de conceitos referenciais sobre programação radiofônica e tem como objetivo construir base para uma pesquisa maior sobre o tema.

Palavras-chave: rádio, programação; dial; migração do AM.

INTRODUÇÃO

A migração do rádio AM para o FM vai significar, e já vem significando, mudanças no setor radiofônico brasileiro. Transformações que vão alterar o modo de fazer e ouvir o meio. Isso inclui a programação das emissoras, que têm no conteúdo transmitido uma forma de conquistar audiência e a sustentabilidade do veículo. Programação, entendida por Barbosa Filho (2009), como um conjunto de programas e produtos ordenados de forma lógica e que vem se modificando e segmentando ao longo dos anos, visando consolidar público-alvo, linha editorial e estar em sintonia com os fatores econômicos.

Por ser este mais um momento importante e de mudança do meio, incluindo as grades das emissoras que também devem passar pelo processo de alteração, este artigo traz à discussão as transformações na programação jornalística das rádios ao longo dos anos, reconhecendo e sistematizando os modelos e formatos existentes no AM e no FM

¹Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, no XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Doutoranda da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Mestre em Educação (UNESC) e professora de Radiojornalismo na Faculdade Satc, em Criciúma/SC. Integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa) do POSJOR E-mail fariaskaki@gmail.com.

desde o seu surgimento, a fim de identificar gêneros radiofônicos presentes nas emissoras brasileiras.

Além disso, o trabalho problematiza as especificidades de cada dial até o período atual da radiodifusão, o de migração para a Frequência Modulada, a fim de perceber as características peculiares de cada modulação. Diferenças que vão desde à qualidade do som, ao estilo do comunicador até a formação de vínculos afetivos, como o companheirismo do “rádio amigo”. Este estudo pretende construir bases metodológicas para a pesquisa de doutoramento sobre as adaptações do jornalismo no rádio AM, de uma das autoras do presente artigo, Karina Woehl de Farias, orientado pela professora doutora Valci Regina Mousquer Zuculoto.

Para compreender este cenário, optou-se por realizar este estudo de abordagem histórica e com técnicas de pesquisa que recorrem à revisão bibliográfica à luz de conceitos referenciais sobre programação radiofônica no Brasil. Desta forma, foram escolhidas obras de referência de autores nacionais e internacionais, bem como artigos científicos de pesquisadores da área com objetivo de estabelecer um modelo de classificação, já que muitos formatos e gêneros têm raízes comuns ou partem das mesmas estruturas de produção.

Programação e gêneros radiofônicos: um breve histórico

O que diferencia uma rádio de outra é a sua programação. É por meio do conteúdo transmitido que se busca conquistar audiência e a sobrevivência de uma emissora. Ao longo dos anos, os modelos de grades radiofônicas vêm se transformando e se segmentando cada vez mais, numa evolução constante neste quase um século de existência do meio.

Desde o surgimento do rádio no Brasil, a programação radiofônica, mesmo que há época de forma não organizada, se dividia em um rádio ora falado, ora musicalizado. Considerado um dos ícones da radiodifusão no país, Edgar Roquette-Pinto ao fundar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro³, em 1923, levava ao público um conteúdo de cunho cultural e educativo por meio de programas de música eruditas e aulas de idiomas como o latim. Este caráter informativo do invento ficava por conta dos programas onde o

³Não se pretende aprofundar a discussão sobre a controvérsia envolta na instalação da primeira rádio brasileira, se teria sido a Rádio Clube de Pernambuco ou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Neste artigo, a informação que nos é relevante faz referência ao pioneirismo de Roquette-Pinto em levar educação por meio das ondas hertzianas.

próprio antropólogo lia notícias de jornais impressos, apostando em um meio com potencialidades para educar a população para além das escolas e dos livros (ZUCULOTO, 2012). Mesmo muito diferente do modelo atual de rádiojornalismo (sintético e objetivo) é possível afirmar que o *gilete-press*, ou as notícias extraídas dos impressos de Roquette-Pinto, dava sinais do jornalismo presente na grade já nos primeiros anos do meio no Brasil.

A regulamentação da publicidade, instituída pelo Governo Federal em 1932, concede à radiodifusão um aspecto menos amador, característica presente no início das transmissões e, ao mesmo tempo, acaba com os objetivos educativos propostos por Edgar Roquette-Pinto. Deste modo, o rádio foi ganhando notoriedade e popularidade junto ao público ainda escasso nos primeiros anos de instalação. Com a comercialização de espaços, a programação passa a veicular conteúdos para as massas, fazendo do rádio um negócio rentável e segmentando o meio.

O rádio brasileiro já é então comercial, com linguagem e conteúdos de programação mais populares, baseados em muita música, informações de variedades, teatro. Nos primeiros anos da década de 30, as emissoras começam a ter pequenas orquestras e programas que logo mais adiante vão transformar-se no estrondoso sucesso dos programas de auditório. É o período em que se ensaiam os primeiros passos rumo ao caminho do “radioespetáculo” (ZUCULOTO, 2012, p.50)

Neste período, a predominância era de uma programação intensamente musical. A chegada da TV impacta fortemente este modelo com os artistas da “Era de Ouro” migrando para o novo meio de comunicação, a televisão. A partir deste momento, o rádio muda drasticamente o seu perfil e passa a apostar no jornalismo e na prestação de serviço, alterando o formato das grades da época.

Alterações que foram dando a este *mass media* características próprias encontradas até hoje. Conforme Ferraretto (2001, p.59), a programação de uma emissora organiza as transmissões com o objetivo de posicionamento diante do mercado e/ou dos ouvintes. Este ordenamento é descrito pelo autor através de três modelos de grades: o **linear**, muito utilizado nas emissoras de grande porte e dedicadas ao modelo de jornalismo 24 horas; o **mosaico**, com programas ecléticos e variados muito comuns em emissoras menores país afora, e em **fluxo**, muito usado em rádios americanas, onde os conteúdos são distribuídos sequencialmente como se fossem um único programa, acrescentando notícias mais recentes a todo momento.

Quanto aos formatos destas grades, muitos autores classificam a programação em categorias variadas, em tentativas de classificar gêneros e formatos conforme o campo ou o objeto estudado. Para não detalhar todas estas categorizações vamos nos ater a dois principais eixos apresentados por Cebrian-Herreros (2008): o da cobertura das atualidades (e temática), e o musical. Assim, partimos da ideia de uma grade dividida entre o informativo e o entretenimento, fundamentada em Ferraretto (2001), quando os subdivide em noticiário, programa de entrevista e de opinião, mesa-redonda e documentário (os informativos); humorístico, dramatizados, de auditório e musicais (os de entretenimento). Os dois formatos foram escolhidos como categoria de análise deste estudo e se justificam por serem base para a pesquisa em andamento que pretende estudar as mudanças no jornalismo que migra para o FM.

Além dos modelos de grades citados é necessário entender a estrutura e os formatos de conteúdo organizados em gêneros radiofônicos, a fim de facilitar o entendimento de elementos presentes em cada programa. André Barbosa Filho (2009) aponta os gêneros do rádio a partir da função de cada formato na programação das emissoras. São eles: jornalístico, de entretenimento, educativo-cultural, publicitário, propagandístico, especial e de serviço. Já Mário Kaplún (1978), autor referência nos estudos radiofônicos, descreve os programas também em duas vertentes: os que a música comanda e os em que a fala comanda, ou seja, em gêneros musicais e falados. Para Kaplún, seriam doze os gêneros falados, classificados pelo uso da palavra, descritos como: a locução, o noticiário, a crônica, o comentário, o diálogo, a entrevista informativa, a entrevista, o radiojornal, a radiorevista, a mesa redonda, a radioreportagem, e a dramatização.

É importante frisar, que mesmo este artigo apresentando modelos e formatos de programas radiofônicos baseados na classificação de autores de renome no cenário da radiodifusão, não se pretende ampliar a discussão destes gêneros nem se ater a uma rígida categorização. O próprio Kaplún (1978), em seu *Produção de Programas de Rádio: o roteiro, a direção*, aponta para o perigo simplista de tal descrição, quando afirma que é necessário conhecer estes formatos para poder criar instrumentos capazes de enxergar as distintas possibilidades do rádio e diferenciar os programas falados dos musicais, os jornalísticos dos radiodramatizados, mas não como se fossem compartimentos estanques e não compatíveis, para não resultar em uma avaliação limitadora do potencial de uma programação.

Assim, revistos alguns dos conceitos de grades, tratamos a seguir das características desta programação em cada espectro, aqui entendidas dentro de duas classificações: a falada, com predominância na programação do rádio de Amplitude Modulada; e a musicalizada, evidenciada no rádio de Frequência Modulada.

Características do AM e do FM

O rádio tem especificidades muito claras quanto à linguagem, formatos e gêneros, bem como em relação ao seu dial. Características que o descreve e sobretudo que o define ao longo de sua trajetória, que também é marcada pela especialização de conteúdo e programação bastante diferenciada em cada espectro, que segundo Ortriwano (1985, p.29), sempre existiu, mas “se acentuou principalmente a partir da implantação e do desenvolvimento das emissoras FM, acabando por mostrar-se uma fórmula eficaz para que o rádio pudesse encontrar outra vez o caminho da expansão”. Os fatores que distinguem a programação das emissoras em Amplitude Modulada das de Frequência Modulada são muitos e alguns deles serão apresentados neste artigo. Diferenças que vão desde à qualidade do som, ao estilo do comunicador até a formação de vínculos afetivos.

Partindo do estilo de programação de cada espectro, encontramos no AM um “rádio amigo”, com uma linguagem de intimidade com o ouvinte. A essência do meio está muito atrelada a esse companheirismo do meio, que o próprio Edgar Roquette-Pinto descreveu como “o divertimento gratuito do pobre; o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo e o guia dos sãos” (TAVARES, 1997, p.8). Assim, desde que foi inventado, o rádio e em especial o AM, por se confundir com a própria história do meio, virou companhia para a dona de casa, para o trabalhador noturno e para quem estivesse no trânsito, proporcionando uma interação entre público e emissora. Primeiramente com uso de cartas, participação em programas de auditório, depois com telefonemas, e-mails e, mais recentemente, com a utilização das redes sociais, numa evolução tecnológica evidente, mas sempre mantendo a tradição de parceria por meio de uma linguagem próxima e íntima, falando quase que de forma individualizada a cada um dos ouvintes. “O tom íntimo das transmissões, representado pelas expressões “amigo ouvinte”, “caro ouvinte”, “querido ouvinte”, proporciona uma aproximação e uma intimidade únicas” (BARBOSA FILHO, 2009, p.47).

Este caráter intimista do AM também lhe rendeu especificidades quanto à veiculação de publicidade. É comum ouvir neste espectro propagandas testemunhais lidas pelos âncoras de programas ao vivo numa aposta ao carisma destes comunicadores que falam diretamente ao ouvinte e que são vistos como possíveis influenciadores de marcas e produtos. A firmeza e a impositação da voz destes locutores do rádio tradicional também influenciam este cenário. Os tipos de anunciantes também se separam por espectro, já que em Amplitude Modulada a programação popularesca e local faz com que a venda de comerciais seja mais do varejo do que de grandes empresas, diferentemente do FM.

O gênero informativo já marcava presença no rádio de Amplitude Modulada muito antes da implantação do FM e ficou como uma das marcas registradas do AM. Cyro César (2000) afirma, que a essência do rádio em Ondas Médias é o jornalismo, por sua dedicação à informação e prestação de serviços. A consolidação deste modelo de programação ganha força com a expansão das emissoras em Frequência Modulada e a transmissão musical neste dial, tendo por trás razões de cunho político e econômicas. A partir daí o rádio AM tradicional dá espaço a questões cotidianas, do dia a dia do cidadão comum e da comunidade local.

Características que também deram ao AM o estilo popularesco, se destacando em produções voltadas a públicos C, D e E, justificadas em Moreira (1991, p.39) pela proximidade. “Compartilhar das desgraças daqueles que de certa maneira lhe são próximos (pelo menos na escala social) além de reforçar certos vínculos de identidade, serve de alerta ou consolo para uma situação a qual todos estão naturalmente expostos”. O tornar-se próximo deste público-ouvinte fez com que comunicadores virassem verdadeiros ídolos, por hora, até justiceiros das causas populares. Assim, o carinho do ouvinte passou a ser personificado também em âncoras que passaram e ainda passam a apresentar programas com seus nomes próprios, tornando-os “protetores dos necessitados”.

Uma outra diferença entre os dois espectros está relacionada com os conteúdos externos. O rádio AM, por exemplo, faz transmissões fora de estúdio apostando em informações de utilidade pública, como as reportagens de “unidade móvel” com informações sobre o trânsito e notícias variadas. Já o FM transmite flashes voltados a comerciais e promoções, característicos na programação de entretenimento em Frequência Modulada (COSTA, 2001).

Embora as emissoras no AM também busquem a segmentação junto ao público ouvinte, é notória a especialização no FM, explicada por Ortriwano (1985) como uma necessidade de atender ao mercado, onde existem diversas faixas socioeconômicas que precisam ser exploradas adequadamente. Isso pôde ser visto com a segmentação nos anos 80 e 90, quando o AM se especializou por faixas de horários e faixas de ouvintes, e o FM especializou-se por camadas e segmentos (dos jovens, das músicas clássicas, pop rock).

O dial em Frequência Modulada começou como *link* apenas para ligar estúdio e as transmissões externas. O primeiro registro no Brasil do uso do FM como canal foi em 1955, com a Rádio Imprensa rodando discos como som ambiente em estabelecimentos, como em supermercados. Em 1968, o Governo Federal decreta que o FM deveria ser utilizado com uma programação específica e, na década de 1970, começam as transmissões com o modelo que se tem hoje em dia (MOREIRA, 1991).

Segundo Ferraretto (2001), a popularidade das emissoras em FM foi conquistada com o público jovem ligado no rock transmitido nos anos 70 e 80 em rádios alternativas inspiradas nos modelos norte-americanos, onde os comunicadores utilizavam de uma linguagem “descolada” e, por vezes, bem-humorada e voltada ao entretenimento. O mesmo ocorrendo com a plástica dos veículos trazendo vinhetas musicalizadas e descontraídas visando este público mais novo. Isso foi consolidando o FM como um meio para se ouvir música com qualidade superior ao do AM, e direcionado a um público jovial. Mesmo hoje em dia, quando as FMs já apostam em grades com produção específica em jornalismo, como as *all News* ao estilo CBN, ainda há uma predominância de música no dial.

Mais um fator que divide os dois espectros em características distintas é a qualidade sonora e o alcance. O FM, por exemplo, tem um som limpo de ruídos, mas que perde em alcance, ao contrário das AMs que, em alguns casos, a audiência chega a ultrapassar estados. Outra diferença marcante é o ambiente de trabalho destas emissoras. O comunicador de Frequência Modulada controla microfone e toda a plástica da programação, hoje predominantemente em softwares. Situação diferente do AM, onde geralmente há um operador de estúdio, o âncora e até o produtor, responsável por ligações telefônicas e outros afazeres. Em algumas rádios, inclusive, o espaço físico é separado, o que chamamos de estúdio no formato de aquário, onde cada um dos profissionais fica separado por paredes de vidro evitando o vazamento de som ao microfone. Estas particularidades resultam em um quadro funcional bem mais enxuto em emissoras FMs,

que tradicionalmente possuem um mesmo comunicador para horas de microfone e transmissão.

A qualidade sonora citada nestas especificidades é um dos motivos da solicitação dos radiodifusores para migração do AM para o FM. O conservadorismo da programação também impulsionou o desejo de mudança no meio, que vive um cenário de crise. Durante muito tempo, a distinção destes dois espectros criou uma espécie de “muro” repartindo o dial. A modulação dos aparelhos fez surgir estes dois universos citados neste estudo: de um lado um AM, voltado para o jornalismo e a prestação de serviço, e de outro, o FM, levando música e entretenimento. Foi assim durante anos no Brasil, uma segmentação clara de programação, público-alvo, qualidade sonora e que agora está prestes a se encontrar na mesma modulação com o processo de migração do rádio brasileiro.

Conforme os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016, a principal forma de acesso ao rádio ainda é o velho e tradicional aparelho de antena. Os entrevistados que ouvem desta forma chegam a 63% do total pesquisado, contra os 31% que somam os ouvintes via celular e em carros. Do total que ouve rádio, 79% está sintonizado na Frequência Modulada (PBM, 2016). Os números apontam um desinteresse pelo meio, ainda mais perceptível quando o assunto são os investimentos em tecnologia das indústrias dos mais variados setores que acabam por afetar em cheio o AM, por exemplo, com novos dispositivos móveis, como celulares e tablets, sem a tecnologia que receba este formato de onda. Isso faz com que os novos aparelhos cheguem ao mercado somente com a sintonia em Frequência Modulada refletindo diretamente na audiência de emissoras em Ondas Médias.

Um outro fator que representa problema para as ondas em Amplitude Modulada é a indústria automobilística, que coloca no mercado veículos sem aparelhos radiofônicos compatíveis ao AM. Isso sem contar as próprias emissoras que apostam no conservadorismo de sua programação pouco voltada à convergência e ao público jovem. O que não muda muito nas FMs musicais, como afirma Cebrian-Herreros (2008), ao enfatizar que as emissoras insistem em programações baseadas em repetições, seleções sem critérios para reprodução, como as “mais tocadas” ou as “mais podidas”. De acordo com o autor, tem faltado originalidade nos dois espectros.

Além destes apontamentos sobre a crise no meio, a queda de anunciantes nas rádios AMs é mais uma questão importante no processo de migração. Com o declínio de audiência em automóveis, celulares e por conta da baixa qualidade de áudio, repleto de

interferência eletromagnéticas, o setor publicitário encontra no AM um problema a ser superado. O resultado é a redução na receita publicitária trazendo dor de cabeça a muitas emissoras do país. Essas causas unidas à falta de continuidade nas discussões de implantação do modelo de rádio digital no Brasil por parte do governo, levaram radiodifusores a pedirem a migração do AM, mudança que deve transformar a programação de emissoras do Brasil

Apontamentos sobre a programação de um meio em migração

O atual processo de transformação do rádio no Brasil e a migração do AM para o FM têm gerado muitas dúvidas sobre o futuro das programações que agora partem para um novo espectro. Dentre as possíveis mudanças que podem surgir com a transferência de dial, está a possibilidade de um aumento da informação/notícia no rádio. A atual programação das AMs, hoje muito mais voltada à prestação de serviço, jornalismo e esporte, será deslocada para o FM, deixando a Frequência Modulada muito mais falada do que é atualmente, num processo que podemos chamar de “aemização” do FM, já vivenciado em outro momento, como por exemplo, com a aposta de emissoras veiculando conteúdos jornalísticos nas chamadas emissoras *talk and News*, no final dos anos 1990 e início dos 2000.

Além disso, as atuais FM's também podem ampliar a informação. Isso porque, com a chegada de emissoras jornalísticas no novo dial, a concorrência com as atuais voltadas à programação musical pode gerar uma necessidade de informação no espaço, deixando o rádio muito mais falado e menos musicalizado, em virtude também das fartas possibilidades e ferramentas para o “ouvir” música na atualidade, como os aplicativos de *streaming (Spotify)*.

Caso isso ocorra, as FM's atuais sofrerão mais as transformações do que propriamente as AM's migrantes que, conforme estudos recentes, devem fazer uma transferência fiel do conteúdo transmitido hoje em dia. Camila Morgado (2016), em sua monografia na UnB, entrevistou diretores de emissoras do Brasil sobre a migração. No trabalho orientado pela professora Nélia Bel Bianco, ficou em evidência uma preocupação por parte das empresas pesquisadas muito mais com a plástica do que propriamente com a programação.

O que tudo indica, pouco ou quase nada será alterado, o que representa a manutenção do conservadorismo ligado ao AM. Com isso, a migração parece ser uma mera adequação de modulação, e não se dá na prática como uma evolução no modo de fazer o radiojornalismo. Ao menos, as empresas de comunicação pareceram não ter se preparado para isso, e não apresentaram no trabalho um planejamento quanto a uma possível nova programação (CURADO, 2016, p. 113).

A preocupação muito mais estética do que de conteúdo inquieta e coloca em discussão uma temática importante: a necessidade de repensar os formatos e modelos de jornalismo produzidos hoje em dia no rádio. A mudança, também citada por Curado (2016), encontra consonância com o que pensamos sobre esta transformação. Fato que também aparece nas entrevistas realizadas pela pesquisadora e citadas no trabalho, onde as emissoras ouvidas já realizam transmissão simultânea, mas seguem apenas retransmitindo um conteúdo já pronto das AMs (CURADO, 2016).

Essa ampliação dos espaços de notícias no rádio pode resgatar uma audiência que vem despencando nos últimos tempos, segmentando o meio e se reinventando em um novo momento midiático. O último levantamento da ABERT mostra que dos 235 modelos de celulares a venda no mercado, 179 (76%) vêm com rádio FM integrado. Mesmo correspondendo à maioria dos aparelhos, em comparação com os últimos anos demonstra uma queda na quantidade de celulares com FM embutido: em 2014 e 2015 era 79% em 2016, 78% tinham a tecnologia. O número alto de equipamentos com acesso vislumbra possibilidade de crescimento desta audiência que tem sido problemática para as emissoras em AM. Outra provável mudança que pode transformar o meio é sobre a qualidade do som.

Outro aspecto que pode transformar o meio é sobre a qualidade do som. O fim do ruído, mesmo não sendo o principal fator motivador da migração, vai transformar o rádio em um espaço com menos interferência, tornando-o muito mais atrativo do que é atualmente, fato que agrada os radiodifusores sedentos por um acréscimo nas verbas publicitárias e uma disputa mais justa com outros meios de comunicação. As conquistas com a migração parecem surgir neste momento de crise no jornalismo radiofônico. No entanto, alguns impasses ainda atrapalham o processo como um todo, como por exemplo, os altos custos para o procedimento e a potência das emissoras. O valor para a transferência do AM para o FM pode variar de R\$ 30 mil a R\$ 4,5 milhões. Para realizar o cálculo e chegar no número final foram levados em considerações fatores como

potência, população, indicadores econômicos e sociais de cada município. O alto valor pode atrasar, e está atrasando, a viabilidade de projetos técnicos de empresas menores no interior do país.

Também apontado como um possível problema, o espectro atual não conseguirá contemplar todas as emissoras no atual modelo de FM, o que significa ampliação no dial ou o chamado *dial estendido*. A diferença do rádio atual é que o espectro estendido terá novas faixas, entre 76 MHz a 107.9 MHz. Esta expansão terá que ocorrer para abrigar a quantidade de frequências que não tiverem espaços livres na modulação atual, o que pode retardar o processo de migração em muitos municípios brasileiros. As rádios que necessitarem deste dial estendido poderão transmitir simultaneamente em FM e AM por até cinco anos para que haja adaptação dos aparelhos receptores, que terão que ser fabricados com nova tecnologia. Para aglutinar mais emissoras neste dial, o pedido de redução de potência por parte das empresas de radiodifusão pode significar agilidade no processo. No entanto, “a legislação prevê que as emissoras só se mudem se todas couberem na banda atual. Senão todos esperam pela estendida” (REVISTA RÁDIO e NEGÓCIOS, 2015).

Estes apontamentos sobre a transformação do dial e da programação radiofônica ainda são incipientes, mas já podemos identificar possíveis caminhos que o meio pode seguir, como a possibilidade de afinamento das rádios em Amplitude Modulada e essa “aemização” da Frequência Modulada. Se este aumento de jornalismo nas emissoras do FM sugerido neste estudo ocorrer, vai tornar o rádio muito mais falado. Fato já registrado em emissoras jornalísticas que utilizam transmissões simultâneas em AM e FM. Outra questão que necessita ampliar o debate é a discussão destes modelos de jornalismo que estarão presentes neste novo rádio, muito mais preocupado com a plástica e a estética do que com o conteúdo, como já pontuam algumas das pesquisas sobre o assunto publicadas recentemente.

Apontamos ainda, que a migração para o FM vai além de simplesmente ser uma medida que busca sanar a queda no número de ouvintes. As causas são multifatoriais que fazem parte de uma mudança muito mais ampla, envolta por uma alteração no hábito de consumo do público que agora está escutando rádio na internet e interagindo via redes sociais. Por fim, estas conjecturas iniciais são o começo de questionamentos sobre desafios, tendências e potencialidades de uma pesquisa mais ampla que busca entender como o radiojornalismo praticado nas emissoras AMs será produzido no FM. As

alterações neste jornalismo é o que motiva a tese de doutoramento em andamento de uma das autoras deste estudo.

REFERÊNCIAS

ABERT. **Primeiras Migrações do AM devem ocorrer até abril**. Disponível em <http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/24473-primeiras-migracoes-do-radio-ampara-fm-devem-ocorrer-ate-abril>. Acesso em janeiro de 2017.

ABERT. **Pesquisa da ABERT mostra evolução de celulares com acesso à TV e rádio**. Disponível em <http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/25584-pesquisa-da-abertmostra-evolucao-de-celulares-com-acesso-a-tv-e-radio>. Acesso em abril de 2017.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2009.

BRASIL. Decreto presidencial nº 8.139 – 7 de novembro de 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D8139.htm

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. A criatividade no contexto do rádio atual. **Teorias do rádio: Textos e contextos**. Florianópolis, Insular, v. 2, p. 337-363, 2008.

CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio: prática de locução AM e FM**. Summus Editorial, 2009.

COSTA, Luciana Miranda. In: **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: INTERCOM, 2001.

CURADO, Camila Cristina. **Migração de rádios AM para FM: processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica**. 2016.

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

KAPLÚN, Mario. **Producción de programas de radio**. Ciespal, 1978.

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

ORTRIWANO, G.S. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA 2016. Disponível em <file:///C:/Users/Kaki/Downloads/Pesquisa%20Brasileira%20de%20Mídia%20-%20PBM%202016.pdf>. Acesso em abril de 2017.

REVISTA RÁDIO E NEGÓCIOS. **A Migração do Antiquado para o Confuso**. São Paulo, 2015. Disponível em: <http://pt.calameo.com/read/00192405462680edeaf6a>.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o Rádio não contou - Do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo**. São Paulo, Negócio Editora Ltda, 1997.

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