

Rádio AM: renascendo aos 90¹

Luiz Felipe Carneiro Lourenço LEITE²

Luciane Ribeiro do VALLE³

Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, SP

RESUMO

Este trabalho apresenta a discussão e reflexão sobre o panorama atual e futuro do rádio AM como plataforma de comunicação, com ênfase no radiojornalismo, através de entrevistas com profissionais da área e pesquisadores, além de embasamento teórico. O resultado deste artigo, em forma de série de reportagens radiojornalísticas, pontua que o rádio AM não desaparecerá como mídia, desde que inovações na maneira da apresentação do produto aos ouvintes, na composição de conteúdo jornalístico e na questão tecnológica sejam adotadas pelas emissoras de amplitude modulada.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; jornalismo; rádio AM; radiojornalismo.

1 INTRODUÇÃO E OBJETIVO

Quando o grupo liderado pelo cientista e professor Edgar Roquette Pinto criou em 20 de abril de 1923 a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, reconhecida como a primeira estação de rádio regular no Brasil (FERRARETO, 2007, p.96), provavelmente não imaginaram os rumos que a iniciativa deles tomaria. Quase um século depois, a plataforma está presente em aproximadamente 88% dos lares brasileiros, atrás apenas das emissoras de televisão (97%), mas bem à frente de outras mídias⁴.

O rádio passou por diversas transformações nos últimos 90 anos. Do sucesso e monopólio das atenções dos brasileiros da década de 1930 à 1950, com o advento das radionovelas e o domínio absoluto da Rádio Nacional, à um aparente ostracismo, causado pelo interesse dos ouvintes por consumo de informações em outras plataformas, como a internet por exemplo. Baseado nisso, é preciso uma reflexão sobre o rádio AM e suas necessidades instantâneas e posteriores.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria I - Jornalismo, modalidade JO 05 Produção laboratorial em audiojornalismo e radiojornalismo (avulso/ conjunto ou série).

² Aluno líder do trabalho e estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Metodista de Piracicaba – Unimep-SP, email: luizfelipeleite@uol.com.br.

³ Orientadora do trabalho. Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo - ECA/USP-SP, email: lucianedovalle@uol.com.br.

⁴ **Rádio está presente em 88% das residências e número de emissoras dobra em 10 anos.** Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2013-02-13/radio-esta-presente-em-88-das-residencias-e-numero-de-emissoras-dobra-em-10-anos/>>. Acesso em 16 mai. 2013.

Existem várias questões que surgem à medida que o tempo passa. Por exemplo: como as emissoras de amplitude modulada estão atualmente? Quais as perspectivas para que o jornalismo neste tipo de mídia sobreviva em longo prazo? Para isso, o que precisa ser feito? Qual o interesse do ouvinte pelo rádio? Existe esse interesse? As estações AM precisam acompanhar a convergência tecnológica? Os programas jornalísticos precisam ser mais interativos e participativos?

Este trabalho visa mostrar que existem vários caminhos a serem percorridos para que o jornalismo no AM sobreviva de alguma maneira, ressaltando que não existe uma única opção, mas sim vários caminhos para que esse objetivo seja alcançado.

O tema por si só é extremamente polêmico. Debater sobre o futuro de uma das mais tradicionais plataformas de comunicação não é uma tarefa fácil. Para compreender o que acontece com o rádio AM e buscar alternativas para sua sobrevivência, é necessário entender o mundo atual, passando necessariamente por uma viagem aos primórdios das primeiras transmissões radiofônicas brasileiras, ocorridas na década de 1920 do século XX.

Mudanças significativas aconteceram do primeiro quarto do século passado, classificado como ‘Era dos Extremos’ no livro de mesmo nome do historiador egípcio Eric Hobsbawm, até os tempos atuais. Voltando rapidamente ao passado, quando o rádio de amplitude modulada por aqui engatinhava, a realidade dos brasileiros e dos habitantes do resto do mundo era bem diferente: O Brasil era uma nação dependente exclusivamente da exportação do café e a população, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), era de cerca de 30 milhões de pessoas⁵, seis vezes menor do que o número atual. As principais potências mundiais na época eram o Reino Unido, a França e demais nações europeias. O mundo se armava novamente, devido ao revanchismo dos derrotados na guerra de 1914, e se preparava para um conflito ainda pior: A Segunda Guerra Mundial.

Atualmente o mundo vive um período de relativa estabilidade política, social e econômica. Após a crise de 2008, causada pela explosão do mercado imobiliário dos Estados Unidos, os países europeus se recuperam a passos lentos. O Brasil, após passar por diversos rompimentos políticos, chegou a uma estabilidade democrática. O poder de

⁵ **Evolução da população brasileira**, disponível em <<http://brasil500anos.ibge.gov.br/estatisticas-do-povoamento/evolucao-da-populacao-brasileira/>>. Acesso em 15 de mai. 2013.

compra do brasileiro cresceu e eventos de grande porte, como a Copa do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos, serão realizados em terras tupiniquins.

A revolução tecnológica, processo que abalou a humanidade nos últimos 60 anos e influente na atualidade, modificou completamente os meios de comunicação de massa. Essa é a opinião do pesquisador cubano José Ignacio López Vigil. Para ele, o surgimento de novas tecnologias, inclusive novos meios de comunicação, faz parte de um processo amplamente difundido atualmente: a globalização.

“O rádio mudou a cartilha da imprensa A televisão mudou a do rádio. Atualmente, a globalização mudou a da cultura e a revolução tecnológica mudou a cartilha de todos os meios de comunicação de massa. O certo é que os meios de comunicação sempre estiveram no meio da vida.”
(VIGIL, 2003, p.19).

Ou seja, a mudança drástica que ocorreu no mundo todo desde a criação da primeira emissora de rádio no Brasil, que resultou na revolução tecnológica descrita por Vigil, causou uma alteração em como os meios de comunicação eram conhecidos até então. O autor de ‘Era dos Extremos’, Erik Hobsbawm, também comentou o assunto.

“A tecnologia revolucionou as artes de um modo mais óbvio, tornando-as onipresentes. O rádio já levava os sons – palavras e música – à maioria das casas no mundo desenvolvido e continuava sua penetração no mundo atrasado.” (HOBSBAWM 1995, p.484).

2 JUSTIFICATIVA E MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para compor a série de reportagens foi formulada uma hipótese de que as emissoras de rádio AM não são ouvidas por jovens. Para comprovar ou não essa tese, uma pesquisa de opinião foi conduzida em três municípios do interior de São Paulo (Piracicaba, Americana e Rio Claro) a fim de obter junto a 450 jovens estudantes do ensino médio motivos e razões que pudessem explicar o distanciamento deste público do radiojornalismo veiculado por emissoras de ondas médias.

Como resultado do levantamento, aparecem consequências temerárias: na cidade de Americana, 34% dos entrevistados declararam ouvir rádios AM, e 65% não. Nas outras duas cidades foram registrados índices piores. Em Piracicaba, 25% dos entrevistados disseram ouvir rádios AM e 75% não. Já em Rio Claro, 27,5% dos entrevistados confirmaram ouvir rádio AM, e 72,5% não.

Como conclusão da pesquisa pode-se dizer que é necessária uma reformulação nas emissoras AM, tendo em vista que é visível o distanciamento e até certo desconhecimento do público jovem com esse tipo de plataforma.

O resultado da análise no interior de São Paulo vai ao encontro a uma pesquisa semelhante, mas realizada na região nordeste (BEZERRA e TORRES, 2011). As autoras defendem que o avançar das tecnologias distancia ainda mais os jovens do rádio, já que este é um veículo que acabou não evoluindo de forma considerável, seja em linguagem, formato ou plataforma.

“Com o avançar das tecnologias de comunicação os hábitos de consumo da juventude vem passando por modificações. No início, a televisão era o pivô de tais transformações, depois veio a internet que conecta a um computador ou celular está causando impacto na sociedade.” (BEZERRA e TORRES, 2011, p.2).

Houve uma grande preocupação com os problemas apontados na conclusão da pesquisa. Baseada nessas problemáticas foi desenvolvida a pauta da série de reportagens.

3 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto jornalístico, descrito neste artigo, desenvolvido no meio radiofônico é uma série de reportagens cujo tema é como está e qual o futuro do rádio AM. Foi definido que o produto escolhido seria uma série diferida, definido por Emílio Prado (PRADO, 1989) como um padrão que permite a montagem de informações de uma maneira alternativa à adotada por veículos de comunicação radiofônicos.

“A reportagem diferida permite a montagem. Portanto, a seleção das representações fragmentadas da realidade se faz após o conhecimento da

ação, uma vez que esta tenha sido concluída. O ordenamento das representações não precisa seguir uma ordem cronológica, mas sim uma ordem lógica que facilite a compreensão do fato. A síntese é a principal vantagem da reportagem diferida”. (PRADO, 1989, p.89).

O gancho jornalístico, descrito como “a parte mais importante de todas as anotações, o viés principal e indiscutível na hierarquia de acontecimentos do texto jornalístico” (BUENO e REINO, 2012, p.1), escolhido para este trabalho foram os 90 anos da primeira transmissão radiofônica oficial no Brasil, ocorrida em 7 de setembro de 1922⁶.

O conjunto é composto por cinco capítulos, cada um com três minutos de duração. Foi permitida uma tolerância de até 10 segundos, para mais ou para menos, ao tempo de cada episódio. Foram utilizadas sonoras (falas) de 13 pessoas, entre pesquisadores de rádio, profissionais de veículos de comunicação de Piracicaba, Americana, Campinas e São Paulo e um ouvinte.

O uso de trilhas sonoras particulares para cada capítulo foi um dos pontos destacáveis da série de reportagens. Por exemplo: no primeiro capítulo, que abordou a diferença de linguagem jornalística no AM e FM (Frequência Modulada), foram usados dois áudios curtos, um em uma rádio AM, cujo conteúdo está ‘chiado’ e a locução é mais grave e empostada, enquanto no FM o som é límpido, claro e cujos locutores adotam uma velocidade maior na fala.

A consequência do uso de trilhas sonoras particulares, inclusive, é uma das principais características do veículo, pois desperta a imaginação do ouvinte, como defende a pesquisadora Júlia Lúcia de Oliveira Albano da Silva.

“A construção de imagens mentais a partir de sons ajuda a compreender mais e melhor a informação apresentada pelo programa. A “imagem sonora” surge na tela imaginativa do ouvinte como uma granulação fina, resultado de um processo perceptivo entre impressões pessoais e

⁶ O então presidente da república, Epitácio Pessoa, discursou durante a inauguração da exposição internacional em comemoração ao centenário da independência do Brasil. Ver mais em **Primeira transmissão de rádio no Brasil completa 90 anos**, disponível em < <http://agenciabrasil.etc.com.br/noticia/2012-09-07/primeira-transmissao-de-radio-no-brasil-completa-90-anos/>>. Acesso em 15 de mai. 2013.

representações sensoriais sonoras aprendidas pela audição.” (SILVA, 1999, p.78)

Os temas de cada capítulo foram definidos após a escolha do tipo de série que seria feita. Foram escolhidos, por ordem de apresentação: linguagem; tecnologia; ouvinte; regionalização e propostas.

O primeiro capítulo mostrou a importância da linguagem apresentada em programas jornalísticos no rádio AM. Dois dos entrevistados nesta etapa, os pesquisadores Nair Prata e Luiz Artur Ferrareto, apresentaram opiniões opostas sobre o tema. Enquanto Nair pontuou que a linguagem no AM está mudando, Ferrareto defendeu que a mesma deve ser compreendida de um modo mais amplo, podendo ser percebidas poucas mudanças. Já o jornalista e ex-gerente de jornalismo da rádio CBN, Heródoto Barbeiro, também presente no primeiro capítulo da série, citou a diferença tecnológica entre as duas plataformas como o fator principal dessa possível diferença de linguagem.

Os jornalistas Marco Massiareli, diretor de jornalismo da rádio CBN de Campinas-SP, Rogério Assis, narrador esportivo da Jovem Pan AM de São Paulo e Milton Jung, apresentador da rádio CBN de São Paulo, foram os entrevistados no segundo capítulo da série de reportagens. Massiareli ressaltou a desvantagem que o AM tem por não estar em todas as plataformas. Assis reconhece que a migração de conteúdo do AM para o FM obriga uma reinvenção da plataforma como um todo. Já Jung tem expectativas positivas sobre as novidades tecnológicas no Rádio.

No terceiro capítulo foi debatida a importância da fidelização e integração do ouvinte em programas de jornalismo no AM, aspectos descritos pelas pesquisadoras Nélia Bianco e Nair Prata e pelo coordenador de jornalismo da Rádio Você, de Americana-SP, João Turquiai, como fundamentais para o ‘renascimento’ do AM as vésperas do seu centenário. Um ouvinte, o estudante de jornalismo Felipe Rodrigues, também foi ouvido nesta etapa. Nélia aconselha as emissoras de amplitude modulada a se aliarem a essas novas condições tecnológicas caso queiram atrair ouvintes. Para Turquiai, as estações devem procurar, principalmente em seus radiojornais, alcançar o público mais variado possível. Nair Prata destacou a fidelização do ouvinte de rádio AM, um dos segredos, segundo ela, para conquistar e manter o público alvo da plataforma analógica. Já Rodrigues disse que a

falta de incentivo na infância o fez não ter interesse por ouvir conteúdo nas estações de amplitude modulada.

Na terceira parte da série foi discutida a regionalização do conteúdo das emissoras AM, principalmente as que ‘conversam’ com o ouvinte, que acabam aproximando mais o público-alvo da amplitude modulada com os veículos de comunicação. O ouvinte acaba tratando o rádio como companheiro, confidente e amigo. Edirlei Rodrigues, gerente da rádio Onda Livre AM, de Piracicaba-SP, Rodrigo Salomon, apresentador da Bandnews FM de Campinas-SP⁷ e o locutor Titio Luiz, da rádio Educadora AM de Piracicaba-SP, foram entrevistados neste capítulo. Nesta etapa, foi defendida a melhora da qualidade do conteúdo regional nos programas jornalísticos.

No último episódio da série foram apresentadas algumas propostas, por parte dos entrevistados, sobre quais as perspectivas de existência da plataforma pesquisada. Os palpites divergem, mas todas caminham em direção a um resultado comum: o rádio AM passará por uma transformação e resistirá ainda mais forte. Segundo a pesquisadora Nair Prata, a convergência tecnológica é um fator fundamental para a sobrevivência do radiojornalismo em amplitude modulada. A segmentação de conteúdo foi o argumento do jornalista Heródoto Barbeiro. Já a interação do ouvinte foi o palpite da pesquisadora Nélia Bianco, que defendeu maior participação de quem ouve em programas de radiojornalismo.

4 CONSIDERAÇÕES

Após produzir a série de reportagens onde profissionais e teóricos da área, personagens rotineiros do veículo, expuseram suas considerações sobre o panorama e o futuro do AM como plataforma de comunicação, o autor deste trabalho conclui que o mesmo conseguirá sobreviver em longo prazo, porém apenas se adotar algumas das medidas citadas pelos entrevistados.

⁷ A emissora atualmente não faz parte do dial local. A Bandnews FM de Campinas deixou de transmitir em 31 de janeiro de 2013. Na época em que a série de reportagens foi feita, no segundo semestre de 2012, ela ainda estava no ar.

A convergência midiática, que significa a inclusão do conteúdo radiofônico produzido pelas emissoras de amplitude modulada em outras plataformas, aliada à diversificação do conteúdo e captação, e posterior manutenção, de um novo público alvo são algumas das opções para que o AM se mantenha vivo como meio de comunicação pelas próximas décadas.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEZERRA, Maria dos Remédios de Souza; TORRES, Jaqueline da Silva. **Os jovens e a informação radiofônica do rádio**. Intercom: Maceió, 2011.

BUENO, Thaísa; REINO, Lucas Santiago Arraes. **Onde Está o Gancho? A difícil tarefa de hierarquizar informações**. Intercom: Recife, 2012. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-0748-1.pdf>>. Acessado em 13/05/2013.

Evolução da população brasileira, disponível em <<http://brasil500anos.ibge.gov.br/estatisticas-do-povoamento/evolucao-da-populacao-brasileira/>>. Acesso em 15 de mai. 2013.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio, o veículo, a história e a técnica**. 3ed. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007.

HOBBSAWM, Erik. **A Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991**. Tradução Marcos Santarrita. 2ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. Tradução Marco Antonio de Carvalho. 5ed. São Paulo: Summus, 1989.

Primeira transmissão de rádio no Brasil completa 90 anos, disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2012-09-07/primeira-transmissao-de-radio-no-brasil-completa-90-anos/>>. Acesso em 15 de mai. 2013.

Rádio está presente em 88% das residências e número de emissoras dobra em 10 anos. Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2013-02-13/radio-esta-presente-em-88-das-residencias-e-numero-de-emissoras-dobra-em-10-anos/>>. Acesso em 16 mai. 2013.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio: oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica**. 1ed. São Paulo: Annablume, 1999.

VIGIL, José Ignacio López. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. Tradução Maria Luísa Garcia Prada. 2ed. São Paulo: Paulinas, 2003.