



Radiojornalismo e emissoras AM: linguagem, público-alvo e digitalização¹

Saulo de Assis SAES NETO²
Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, SP

RESUMO

Partindo do pressuposto que atualmente o radiojornalismo de amplitude modulada não é ouvido por jovens, este artigo relata uma pesquisa monográfica desenvolvida com o intuito de investigar possíveis variáveis envolvendo essa questão. Para tanto, foram selecionadas como objetos de estudo emissoras AM das cidades de Americana, Piracicaba e Rio Claro, e a partir delas, investigado como funcionam as rádios mencionadas e seus principais programas jornalísticos. Uma pesquisa de opinião foi conduzida nesses municípios, a fim de obter junto a 450 jovens estudantes do ensino médio, razões que pudessem explicar o distanciamento desse público do radiojornalismo veiculado por emissoras de ondas médias. Por fim, também foram ouvidos profissionais do meio e pesquisadores, tendo em vista respostas de questões ligadas à problemática, tais como linguagem, digitalização, qualidade sonora e público.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; radiojornalismo; amplitude modulada; linguagem; público jovem.

INTRODUÇÃO

O rádio como meio de comunicação está presente na sociedade há décadas. Desde sua concepção até os dias atuais, muita coisa mudou. Hoje, emissoras convivem nas ondas do rádio, entre elas, as de amplitude modulada, AM, e as de frequência modular (FM).

Ao mesmo tempo em que o rádio foi se desenvolvendo, o jornalismo invadiu os meios de comunicação e teve suas dimensões ampliadas, começando nas ondas sonoras e chegando a rede mundial de computadores.

Paralelo a esse processo, a relação da sociedade com os meios de comunicação também mudou, passando de uma realidade na qual havia uma restrição da variedade de mídias e dificuldade em acesso à informação para uma variedade de fontes de informação e possibilidade de interação com as plataformas midiáticas.

¹Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013 na cidade paulista de Bauru. Desenvolvido na disciplina Estágio Supervisionado como requisito para conclusão de curso de graduação em Jornalismo, sob orientação do Prof. Me. Luiz Antonio Veloso Siqueira.

²Graduando em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo pela Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP). E-mail: neto03@gmail.com.



Nesse contexto, as mídias tradicionais como o rádio acabaram dividindo a atenção do público com as plataformas midiáticas convergentes. Com uma disputa cada vez mais acirrada pelo público, alguns conteúdos de determinados meios acabam ficando sob o risco de perder audiência. Com o rádio e o jornalismo, não poderia ser diferente.

Sendo encontrado hoje em diversas plataformas, o jornalismo ainda se mantém presente nas rádios. Com a predominância de conteúdo musical nas rádios FM, cabe às emissoras AM difundir conteúdo jornalístico por meio de suas ondas sonoras.

Entretanto, a qualidade sonora de rádios AM, nitidamente inferior a das emissoras FM, dificulta essa competição. Sendo assim, a manutenção da audiência do conteúdo jornalístico de rádios AM fica incerta.

Com base neste paradigma, são suscitados questionamentos como: A linguagem jornalística nas rádios AM está ultrapassada? Para manter o público, especialmente o jovem, a linguagem precisa mudar? Há uma distinção entre linguagem jornalística de emissoras AM e FM? Até que ponto a questão tecnológica influencia ou pode influenciar esse processo?

METODOLOGIA

A fim de investigar as questões levantadas acerca desse paradigma, foram utilizados os seguintes procedimentos metodológicos: pesquisa bibliográfica, com revisão de estudos envolvendo o universo da pesquisa, entrevistas semiestruturadas realizadas junto a pesquisadores e profissionais, envolvendo a temática a ser estudada e questionários junto a uma parcela de ouvintes de rádios AM, objeto da pesquisa.

A pesquisa bibliográfica, como relata Gil (2007), apresenta como vantagem “(...) permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia se pesquisar diretamente.” (Idem, p. 45). Este procedimento metodológico acompanha o pesquisador e orienta as próximas etapas de uma pesquisa (DUARTE; BARROS, 2008).

Em relação ao método das entrevistas semiestruturadas, conduzidas junto a fontes vinculadas ao universo da pesquisa, Augusto Triviños ressalta que o ponto de partida do método são:



“(...) questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante” (TRIVIÑOS, 1990, p. 146).

Ainda em relação ao processo de coleta de dados, foi empregada a aplicação de questionário híbrido, contendo questões dissertativas e alternativas. O objetivo deste processo foi conhecer parte do público envolvido no objeto de pesquisa. Considerando o tamanho do universo de ouvintes de emissoras que transmitem em ondas médias (AM), foi necessária a seleção de uma amostra, de caráter estratificada, em que uma parcela do universo é delimitada, por fatores que podem ser combinados (GIL, 2007).

Sendo assim, foi estabelecida uma amostragem de ouvintes de emissoras AM, no caso estudantes de ensino médio das três cidades que envolveram a pesquisa. Foi selecionado o mesmo número de estudantes em escolas, uma particular e uma pública em cada município.

A definição do valor numérico da amostragem foi feita com base em parâmetros de pesquisa mercadológica, além de proporções, que se fizeram necessárias uma vez que não havia dados de domínio público específicos sobre as cidades envolvidas na pesquisa.

Considerando que os ouvintes de rádios AM somam perto de 355 mil³ na Grande São Paulo, foi feita uma proporção desse valor para a região das três cidades, com o número de habitantes do mesmo período. O resultado foi que o público de rádio AM nos três municípios é de aproximadamente 13 mil pessoas.

A partir desta constatação, foi possível definir o tamanho da amostragem, que, por meio de operações matemáticas já convencionadas, confere credibilidade à pesquisa e permitem, em termos de análises, extrapolar para o universo os resultados (MATTAR, 2007).

Definindo a amostragem, a margem de erro a ser empregada e usando um coeficiente de segurança de 95,5%, foram feitas operações matemáticas, estabelecendo que, com uma margem de erro de 4,54%, a amostragem seria de 450 entrevistados. Sendo assim, foram 150 questionários aplicados em cada cidade (GIL, 2007).

Com base nestes três principais procedimentos metodológicos, a pesquisa buscou testar as hipóteses inicialmente apresentadas, investigar os objetos de estudos selecionados e identificar tendências do radiojornalismo em AM. Inicialmente, um

³ Números obtidos com base em pesquisa trimestral do IBOPE de audiência radiofônica realizada no último trimestre de 2011 e divulgada em fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://migre.me/8YKeL>>. Acesso em: 6 mar. 2012.



resgate histórico sobre o tema foi fundamental para identificar processos que conduziram o radiojornalismo em AM ao que hoje é de conhecimento do público.

HISTÓRIA DO RADIOJORNALISMO

Com o advento do rádio no Brasil, que se deu em 1923 pela Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, era questão de tempo até que o jornalismo se expandisse para o novo veículo. Em 1925, surge na Rádio Sociedade o *Jornal da Manhã*, inaugurando as transmissões jornalísticas no rádio. O programa, no entanto, consistia apenas na leitura e comentários de textos retirados de jornais impressos (LOPEZ, 2009).

Em 1941, surge na Rádio Nacional do Rio de Janeiro o *Repórter Esso*, programa com um novo formato de radiojornalismo, dando importância à atualização de informações e buscando a objetividade nos textos (Idem). No ano seguinte, tem início outro marco no radiojornalismo brasileiro. *O Grande Jornal Falado Tupi* surge em 3 de abril, com linguagem e produção adaptadas ao rádio (ORTRIWANO, 2002).

Enquanto no Brasil o jornalismo radiofônico começava a tomar forma, no exterior outros formatos informativos já estavam sendo testados. Em 1961, surge em Tijuana, México, a *XTRA*, primeira emissora *all news*. Quatro anos depois, a rádio *WINS* de Nova Iorque muda repentinamente sua programação para também passar a transmitir notícias em tempo integral (Idem).

Na mesma década, o jornalismo no rádio brasileiro é regulamentado pelo Código Brasileiro de Telecomunicações, que determina o mínimo de 5% de programação jornalística em rádios. Em 1980 e 1990, são abertos crescentes espaços em emissoras de AM no país para o jornalismo de serviços (FERRARETTO, 2001).

A experiência de rádios *all news* no Brasil surge em 1980 na rádio *Jornal do Brasil AM*. De acordo com Moreira (1987), o superintendente da emissora viajou aos EUA e voltou entusiasmado com a possibilidade de implantar em sua rádio o modelo de programação. Até 1983, a JB AM procurou habituar o ouvinte a ouvir notícias em sequência na maior parte do dia. O modelo, no entanto, não obteve sucesso, por fatores como a falta de recursos para contratação de profissionais e investimento (Idem).

Cinco anos mais tarde, surge uma nova emissora *all news* no Brasil. Em outubro de 1991, nasce a CBN (Central Brasileira de Notícias), do Sistema Globo de Rádio, oferecendo notícias em tempo integral nos espaços antes ocupados pelas rádios



Excelsior e Eldorado AM (BETTI; MEDITSCH, 2008). Em maio de 2005, surge a *BandNews*, terceira emissora do gênero no país.

OBJETOS DE ESTUDO: RÁDIOS AM LOCAIS

A partir da pesquisa de opinião aplicada junto a uma amostra do público radiofônico nas cidades de Americana, Piracicaba e Rio Claro, foram identificadas três rádios AM, uma em cada cidade, que detém a preferência da audiência. Acerca destas emissoras, foram estudadas características gerais e três edições do principal radiojornal de cada uma, como maneira de identificar elementos que pudessem servir de base para a explicação do distanciamento do público jovem ao radiojornalismo em emissoras AM.

Entrevistas com membros de cada emissora foram conduzidas com o objetivo de esclarecer pontos como público alvo da emissora, estrutura jornalística da redação, definição de pautas, linguagem e formatos dos radiojornais, como lidam com a renovação de público, entre outras questões. Por meio de gravações e transcrições, foram ainda analisadas edições dos dias 10, 12 e 14 de setembro de 2012 dos principais radiojornais das emissoras.

Na cidade de Americana, a Rádio Você foi a escolhida de acordo com pesquisa de opinião que será detalhada posteriormente. A rádio, fundada em 1950, já passou por diversos proprietários e mudou de nome algumas vezes, até ser adquirida em 2004 pelo Grupo O Liberal de Comunicação, que edita um jornal impresso na cidade.

A grade da rádio se baseia em programas de prestação de serviço e de entretenimento, tendo como carro-chefe o jornal “De Primeira no Ar”, que reúne profissionais da Rádio Você e do Jornal “O Liberal”, empresas que compõem o Grupo O Liberal de Comunicação.

A equipe fixa do jornal é composta por quatro profissionais, e a participação dos ouvintes é feita através de *e-mail* e redes sociais. Como a redação integrada ainda não está funcionando no horário do radiojornal, interações através do telefone são possíveis apenas ao final da edição.

“De Primeira no Ar”, veiculado das 6h30 às 8h (com meia hora de horário político), foi analisado nos dias 10, 12 e 14 de setembro de 2012. Sobre o principal radiojornal da emissora, foram analisados itens como a linguagem, número de matérias, entre outros. Nas três datas em que foi analisado o jornal, foram veiculadas 61 reportagens, sendo 44 locais (72%), 13 nacionais (21%) e quatro internacionais (7%).

O radiojornal começou nos três dias com a chamada dos destaques da edição, com duração de mais de dois minutos nos dois primeiros dias, e acima de três na terceira edição analisada. Seguido das manchetes, foram apresentados mais destaques, dessa vez do jornal “O Liberal”, com duração aproximada de um minuto em todas as edições.

Em 10 de setembro, a primeira reportagem veiculada durou sete minutos, incluindo destaque, entrevista e comentário do apresentador, fato recorrente no radiojornal. As condições do trânsito ocuparam, em média, quatro minutos nos jornais. Mais dois destaques são feitos nas edições do jornal: um de assuntos nacionais e outro do portal de notícias do grupo controlador da rádio. Os radiojornais terminam sempre com cerca de nove minutos dedicado aos esportes. Foram ainda identificadas nas edições analisadas reportagens com duração de três a quatro minutos.

Nas três edições do programa, foi identificada apenas uma reportagem voltada aos jovens, no dia 14, sobre um curso de capacitação profissional para esse público. Chamou a atenção a duração da reportagem, de 1 minuto e 30 segundos, tempo menor que o constatado às demais reportagens do radiojornal.

No município de Piracicaba, a rádio apontada como preferida pela amostra do público foi a Rádio Onda Livre, que já foi chamada de Rádio Voz Agrícola, Alvorada, Nova Alvorada e Rádio Globo, até se tornar Onda Livre. Atualmente, a rádio tem como carro-chefe o esporte, conta com cinco profissionais do jornalismo e é parceira da Jovem Pan, que colabora com reportagens nacionais e internacionais.

A referência da rádio está no jornalístico “Onda Cidade”, transmitido das 13h às 14h. O radiojornal, analisado em 10, 12 e 14 de setembro de 2012, não apresentou duração fixa nos dias em questão, ocupando um espaço na programação de, respectivamente, 60, 30 e 40 minutos.

Nos dias selecionados para análise, o radiojornal apresentou 21 reportagens, sendo 18 locais (86%), três nacionais (14%) e nenhuma internacional (0%). Na Rádio Onda Livre, o número de reportagem é menor se comparados a outras rádios estudadas, como a Você e Excelsior Jovem Pan.

Em 10 de setembro, o radiojornal começou com um atraso de sete minutos. Nessa data, foi veiculada uma entrevista de mais de 26 minutos de duração, além de outros cinco assuntos, parte deles de autoria da Jovem Pan. Não foram veiculados destaques do radiojornal.



No segundo dia de análise (12 de setembro), os destaques da edição apareceram após 12 minutos do início do programa, com duração de quatro minutos. Foram veiculadas sete reportagens, além de uma entrevista de 12 minutos de duração. Os comentários do apresentador são recorrentes nessa e nas outras edições dos jornais analisados.

A última edição do radiojornal analisada apresentou as mesmas características das datas anteriores. Em 14 de setembro, foram veiculados oito reportagens, uma entrevista de 28 minutos e algumas notas rapidamente apresentadas.

Em Rio Claro, a rádio mais ouvida de acordo com pesquisa de opinião realizada foi a Excelsior Jovem Pan. Criada em 2001, a afiliada da Jovem Pan pertence hoje ao Grupo JC, responsável também pelo Jornal Cidade, veículo impresso do município.

Segundo o produtor jornalístico da Excelsior, Murillo Pompermayer, o foco da emissora é o jornalismo, além do esporte, seguindo os moldes da matriz, a Jovem Pan de São Paulo. A emissora rio-clarense retransmite 15 horas da matriz paulistana, com o restante da programação local.

O responsável da rádio lembra que o Jornal da Manhã, principal produto jornalístico, é todo local. De acordo com Pompermayer, a emissora adotou uma linguagem simples e objetiva em seus jornais para facilitar a compreensão do ouvinte. “Estamos com novos projetos e acreditamos que a linguagem, em alguns momentos, precisa ser revista, pois ela também precisa atingir novos públicos”. Murilo também opinou sobre um suposto fim da AM. Segundo ele, existem maneiras de mantê-la viva.

“O público de FM é diferente de AM. Se uma pessoa está escutando uma rádio FM e entra um comercial, ele já tira da rádio. Isso não acontece no AM. O público é mais fiel. Acredito que, com uma mudança no modo de produzir e com o surgimento de novos programas, ela sobreviverá”.

Na rádio Excelsior Jovem Pan, foi analisado o “Jornal da Manhã”, veiculado de segunda a sexta-feira, das 7h30 às 9h. Entre os três dias analisados, foram veiculadas no programa jornalístico 60 reportagens, sendo 40 locais (67%), 20 nacionais (33%) e nenhuma internacional (0%). O total de reportagens é o mesmo do “De Primeira no Ar”, da rádio “Você”.

Em 10 de setembro, o “Jornal da Manhã” começou com destaques do Jornal Cidade. Após seis minutos é que o programa se iniciou de fato. Foram apresentados então os destaques, sendo um voltado ao público jovem. As reportagens começam com a editoria de polícia. O jornal prossegue com temas predominantemente locais, acerca



de assuntos como trânsito, cultura e política, encerrando em um bloco de esportes com duração de 30 minutos.

No dia 12, o radiojornal seguiu essencialmente o mesmo esquema de 10 de setembro. Vale ressaltar que nessa data não havia nenhuma reportagem para o público jovem. Os destaques ocuparam um espaço de três minutos, veiculados após comerciais.

A última edição do programa analisada em 14 de setembro apresentou onze destaques, tendo quatro minutos de duração, e alguns deles não foram desenvolvidos durante a edição. A editoria que foi primeiramente abordada foi a de polícia, com notícias de mortes, atropelamento e porte de drogas. O esporte novamente encerrou o jornal, e não houve nessa data nenhum material voltado aos jovens.

PÚBLICO JOVEM E RADIOJORNALISMO AM

Durante os meses de abril e maio de 2012, foram conduzidas pesquisas de opinião semiestruturadas contendo perguntas alternativas e dissertativas referentes aos hábitos de escuta de emissoras radiofônicas AM nas cidades de Rio Claro, Piracicaba e Americana.

O público escolhido para pesquisa foram jovens de 14 a 19 anos, com alunos do ensino médio de escolas públicas e particulares das três cidades, com 150 entrevistados para cada localidade, totalizando 450 questionários aplicados e respondidos. Os questionários foram unidos por cidade, tabulados, transcritos e colocados sob uma perspectiva percentual, para fins de comparações entre as cidades, rádios e demais variáveis presentes na pesquisa.

As perguntas elaboradas apresentaram oito questões, sendo duas com possibilidade de respostas dissertativas. Foram questionados itens como: se o entrevistado ouvia rádio AM, tipo de conteúdo que ouvia, emissora mais ouvida (dentre as AM de cada cidade), horário em que se escutava rádio AM, maneira pela qual era ouvida a rádio, possibilidade de audição em dispositivos móveis e quais os motivos para não ouvir rádio.

Vale ainda salientar que parte dos entrevistados respondeu apenas parte das questões, deixando algumas respostas em branco, o que pode ser observado em respostas que não atingem 100% da amostragem. Em outros itens, que possibilitavam mais de uma resposta, a somatória dos percentuais pode ultrapassar os 100%.

Na cidade de Americana, 34% dos entrevistados declarou ouvir rádios AM, e 65% não. Da parcela dos entrevistados que ouviam rádio AM, 17,6% ouviam transmissões esportivas, 5,5% programas de variedade, 17,5% radiojornais e a maioria, 27,5%, música. Em relação às rádios ouvidas, 15,5% escutavam a rádio “Você”, 11,5% a “Azul Celeste” e 11% outras rádios. Em relação ao horário de audição, 16% declararam ouvir pela manhã, 14,5% à tarde e 16% no período noturno.

Questionados sobre a plataforma em que ouviam rádio AM⁴, 31,8% ouviam pelo aparelho radiofônico e 8% pela internet. Questionados se ouviriam rádio AM em celulares e outros dispositivos móveis caso fosse possível, 35,1% responderam afirmativamente, e 64,9% negativamente. Dos entrevistados que não ouviam rádio AM, 35,1% atribuíram esse fato à linguagem que não os agradava, 34% à qualidade de som e 30,9% devido a outros motivos.

As questões quatro e oito continham uma possibilidade de resposta aberta, e parte dos entrevistados escreveu acerca da questão proposta. Na quarta pergunta, foi dado uma possibilidade de ser dita outra rádio AM ouvida. As respostas se concentraram em rádios FM, mesmo não sendo o objeto da pergunta. Foram mencionadas rádios de frequência modulada como a “Notícia FM”, “Vox 90”, “Educadora”, “BandNews FM” e “CBN”. Entre as respostas de rádio AM, estavam “Rádio Globo” e “Rádio Bandeirantes”.

Na questão de número 8, em que foi perguntado algum motivo para não se ouvir rádio AM, as respostas foram diversas. Entre as mais recorrentes, estavam as seguintes afirmações: “As músicas não me agradam”, “não gosto”, “tem músicas no celular”, “não gosto de rádio”, “não tenho o costume de ouvir rádio” e “escuto música em dispositivos móveis”. Algumas respostas podem ser destacadas para fins de pesquisa, como “Procuramos a rádio para ouvir música, o que encontramos na FM. Dificilmente jovens escutam AM”, e “Não sei direito o que é rádio AM, mas agora irei pesquisar”.

Em Piracicaba, 25% dos entrevistados disse ouvir rádios AM, e 75% não. Dos que ouviam rádio AM, 15% ouviam transmissões esportivas, 6% programas de variedade, 7,8% radiojornais e 18% música. Nas rádios ouvidas, 4,2% escutavam a “Educadora”, 10,2% a “Onda Livre”, 13,8% a “Difusora” e 7,3% outras rádios. Quanto ao horário de audição, 5,5% declararam ouvir pela manhã, 15,5% à tarde e 9,6% no período noturno.

⁴ Os percentuais das plataformas em que os entrevistados ouviam AM, somados, resultam em menos de 40%, em razão desta pergunta ter sido respondida apenas por alunos que ouviam rádio de amplitude modulada.

Sobre a plataforma em que ouvem rádio AM, 22,7% indicaram pelo aparelho radiofônico e 3,6% pela internet. Questionados se ouviriam ao rádio AM em celulares ou outros dispositivos móveis caso fosse possível, 24% responderam afirmativamente, e 21% negativamente. Entre os que não ouviam rádio AM, 33% atribuíram o fato a linguagem, que não os agradava, 39% à qualidade de som e 11,5% devido a outros motivos.

Na pergunta de número 4, que tinha a possibilidade de uma resposta dissertativa sobre outra rádio ouvida, novamente respostas ficaram em rádios FM, mesmo não sendo o objeto da pergunta. Entre as emissoras citadas, estão “Onda Livre FM”, “103.1 FM”, “92.7 FM”, “Blackout FM” e “Jovem Pan FM.”.

Na questão 8, sobre o motivo para não se ouvir rádio AM, as respostas mais recorrentes foram as seguintes: “Só ouço *mp3*, pois estão lá as músicas que gosto”, “Não gosto das músicas”, “Não gosto da programação”, “Porque no meu aparelho móvel escuto as músicas que quero” e “Por não gostar de rádio”.

Na cidade de Rio Claro, foram feitos os mesmos questionamentos. 27,5% dos entrevistados confirmaram ouvir rádio AM, e 72,5% não. Dos que ouviam rádio AM, 10,5% ouviam transmissões esportivas, 2% programas de variedade, 5,5% radiojornais e 25% música. Nas rádios ouvidas, 5,5% escutavam a “Clube AM”, 4,5% a “Cultura AM”, 24,5% a “Excelsior Jovem Pan AM” e 4,5% outras rádios. Em relação ao horário, 8,5% disseram ouvir rádio AM pela manhã, 18% à tarde, e 15% à noite.

Referente ao suporte tecnológico, 28,5% declarou ouvir rádio pelo aparelho radiofônico, e 10% pela internet. Perguntados sobre a possibilidade de ouvir ao rádio AM em celulares e outros dispositivos móveis caso fosse possível, 26,5% responderam de maneira positiva, e 73,5% disseram que não ouviriam. Entre os que não ouviam rádio AM, 27,5% atribuíram isso a linguagem que não os agradava, 42% à qualidade de som e 46,5% por outros motivos.

A pergunta 4, que tinha a possibilidade de uma resposta dissertativa de outra rádio ouvida, novamente conteve citações de rádios FM, mesmo não sendo o objeto da pergunta, como a “Jovem Pan FM” e “Clube FM”.

Na segunda questão dissertativa, foi perguntado outro motivo para não se escutar rádio AM, e as respostas mais ditas pelos entrevistados foram as seguintes: “Não gosto das músicas”, “Não gosto de ouvir rádio”, “Não tenho costume”, “Tem outros meios tecnológicos melhores que o rádio que apresentam as mesmas funções e outras funções”, “Prefiro selecionar e ouvir somente músicas que eu gosto”, “Gosto de



escolher as músicas” e “Prefiro saber das notícias pela televisão ou internet”. Nota-se ainda a presença de respostas como “Escuto pouco, pois só escuto com minha avó”.

As respostas obtidas a partir do questionário aplicado permitem que sejam feitas algumas considerações referente à relação dos jovens com emissoras radiofônicas de amplitude modulada. Primeiramente, é visível o distanciamento desse público com esse tipo de rádio, já que, dos 450 entrevistados, 155 apenas disseram ouvir rádio AM, o que corresponde a 34% do total entre as três cidades.

Os resultados obtidos durante essa pesquisa demonstraram claramente um distanciamento desse público de rádios AM, tanto que parte deles não sabia dizer a diferença entre rádios FM e AM. Apontam também uma preferência a conteúdos exclusivos, e não a programações generalizadas como hoje são concebidas produções radiofônicas.

Os resultados apurados, mostrados e analisados aqui tiveram como finalidade conhecer parte do público de rádio AM, mercado importante para esse tipo de veículo, pois representa um potencial de ouvintes que irão durante a vida acompanhar ou não rádios AM, e, sendo assim, influenciarem na manutenção, modificação ou extinção de emissoras AM como são conhecidas hoje.

Conhecido o público objeto deste estudo, parte-se para o outro lado da questão: os profissionais do rádio e quem estuda o meio. Para tanto, foram feitas entrevistas semiestruturadas, concedidas por profissionais do radiojornalismo e pesquisadores do tema.

RADIOJORNALISMO AM: TENDÊNCIAS E OPINIÕES

Como parte da pesquisa, foram entrevistados profissionais do rádio e teóricos deste meio, com o intuito de conhecer as opiniões e impressões do meio acadêmico e de radiojornalistas sobre o tema. Foram realizadas perguntas comuns a todos os entrevistados, com poucas variações conforme a emissora que representavam, no caso dos profissionais. Serão apresentadas a seguir sínteses das principais respostas das entrevistas, concedidas por *e-mail* ou telefone.

Foi perguntado às fontes se, na opinião deles, a atual linguagem jornalística em emissoras AM garantia a fidelização do público. Em entrevista por telefone⁵, a

⁵ Entrevista concedida por telefone em 25/4/2012.

pesquisadora Nair Prata comentou, que a linguagem do radiojornalismo “(...) está cada vez mais difusa, a partir do momento que o rádio FM passou também a assumir essa linguagem dita do rádio AM. Hoje é cada vez mais comum emissoras AM e FM com a mesma linguagem, ainda mais no radiojornalismo”.

Na contramão da opinião de Nair Prata, a pesquisadora Nelia Del Bianco (Universidade de Brasília) afirmou existir uma distinção entre a linguagem do radiojornalismo de AM para o FM⁶. Para a pesquisadora, “(...) a linguagem não é mais afinada com o modo de vida, estilo e temas que interessam aos jovens”, e que diversos fatores contribuem para o declínio do radiojornalismo AM. “O problema não está somente nas vozes, mas também na escolha das pautas, na seleção dos assuntos na forma como são editadas as matérias, entre outros aspectos”.

O diretor de redação da *BandNews* Campinas, André Berenguel⁷, confirma a diferença entre a linguagem do radiojornalismo AM em relação ao FM, e destaca a pontos distintos entre os dois veículos. “Na FM, procuramos ir mais direto ao tema central da notícia. Além disso, temos uma plástica que busca dar uma agilidade maior, um ritmo mais veloz. Além disso, não temos entrevistas muito longas”.

A questão técnica é defendida por Milton Jung⁸ como principal diferença entre a FM e razão pela qual o público está se afastando deste tipo de rádio. “A difícil recepção de som das emissoras que transmitem em AM, principalmente nos grandes aglomerados urbanos, tem afastado cada vez mais seu público, que busca informações em outras fontes ou nas emissoras em frequência modulada”.

Outro ponto perguntado aos entrevistados é o futuro do rádio AM frente à digitalização do meio. Vale ressaltar que as discussões acerca do processo estão concentradas em dois modelos de rádio digital: o norte-americano IBOC (*In-band on-channel*), que permite que o sistema funcione na mesma faixa do convencional analógico, tornando-o híbrido⁹. Outra alternativa é o DRM (*Digital Radio Mondiale*) sistema aberto europeu desenvolvido por um consórcio¹⁰.

A pesquisadora Nair Prata ressaltou que o ponto mais importante é garantir que todas as emissoras se integrem no processo. “O que a gente espera é que o rádio digital

⁶Entrevista concedida por e-mail em 3/9/2012.

⁷Entrevista concedida em 10/9/2012 por e-mail.

⁸Entrevista concedida em 9/9/2012 por e-mail.

⁹<http://www.fcc.gov/encyclopedia/iboc-digital-radio-broadcasting-am-and-fm-radio-broadcast-stations>

¹⁰<http://www.drm-brasil.org/node/34>

seja um rádio inclusivo. Que ele não corte os pés das emissoras pequenas, aquelas sem condições financeiras, pois isso seria um suicídio para o rádio”.

Prata aponta ainda para uma unificação das rádios AM e FM com a digitalização. “Com a chegada do rádio digital, não vai mais existir nem AM e nem FM, tudo vai ser uma coisa só”.

As entrevistas apresentadas em síntese indicam, de uma maneira geral, que as emissoras AM, seja do ponto de vista da tecnologia ou conteúdo, precisam de uma reformulação, a fim de atrair a audiência dos jovens. É consenso entre as fontes ouvidas de que o radiojornalismo nas emissoras AM, como é praticado hoje, não se mostra atraente para esse segmento etário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo da premissa que o público jovem não tem o hábito de ouvir radiojornalismo em emissoras de rádio AM, a pesquisa conduzida teve como principal objetivo a busca de razões que pudessem explicar este fato. Para tal, foram conduzidos diversos estudos em diferentes áreas envolvendo o tema, com o objetivo de buscar múltiplas possibilidades de pontos de vista acerca da problemática.

Inicialmente, foram ouvidos por meio de pesquisa de opinião 450 jovens em escolas públicas e particulares do ensino médio nas cidades de Americana, Piracicaba e Rio Claro. O questionário aplicado reunia pontos envolvendo linguagem, tecnologia, digitalização, preferências e hábitos, entre outros aspectos.

Realizado por meio de uma amostragem científica de potenciais ouvintes do meio, as respostas indicaram que os jovens de maneira geral não têm o hábito de ouvir rádio AM. Entre outros pontos, o público alvo do questionário revelou ainda que o celular se mostra como principal meio pelo qual ouvem rádio, no caso a FM.

A partir dos resultados da pesquisa, que indicou rádios AM na região, com audiência do público jovem, foram feitas pesquisas nessas emissoras, uma em cada cidade, a fim de conhecer a estrutura e o principal programa jornalístico dessas rádios. Foi constatado que nas rádios poucos conteúdos são veiculados, e o tempo destinado a cada um é grande em relação aos radiojornais de emissoras FM. A falta de assuntos voltados ao público jovem também foi percebida por meio da análise.

Como parte do estudo da problemática, também foram entrevistados profissionais do rádio e estudiosos do meio acadêmico, com o intuito de obter pontos de

vista acerca do problema levantado. Parte dos entrevistados atribuiu o distanciamento do público jovem devido à qualidade sonora, e outra parcela em razão da linguagem. As respostas indicaram ainda incertezas em relação ao processo de digitalização do meio, e foi unânime a percepção de que o rádio AM, como se apresenta hoje, precisa mudar para garantir sua sobrevivência.

Após a série de análises realizadas, cada uma partindo de um procedimento metodológico distinto, foi possível obter um panorama amplo acerca dos pontos que suscitaram a investigação. Tendo como referencial o diagnóstico obtido, é possível fazer algumas considerações acerca dos objetos de pesquisa.

Sobre a linguagem, os resultados apresentados indicam um distanciamento em relação ao público jovem, fato esse perceptível também na seleção de conteúdos a serem trabalhados pela programação jornalística em emissoras de rádio AM.

Pode-se considerar a indisponibilidade do sinal de emissoras AM em dispositivos móveis, como celulares, *tablets* e *mp3 players*. A pesquisa de opinião conduzida junto a uma amostragem do público jovem de rádio mostrou que a maioria deles ouve o meio nesses dispositivos, mas somente as rádios FM, já que não é possível ouvir emissoras de ondas médias nas plataformas citadas. Este fato dificulta ainda mais o acesso do público jovem ao sinal das AMs.

As múltiplas vertentes a partir das quais foi conduzida pesquisa, cujo foco se dá na linguagem jornalística de emissoras AM e a relação com o público jovem permite indicar algumas tendências sobre a problemática. Não somente a linguagem, mas também a defasagem de qualidade sonora e o conteúdo acabam por distanciar cada vez mais o ouvinte da programação jornalística de rádios de ondas médias. A digitalização do meio, que poderia amenizar a distância, se mostra ainda como um processo embrionário e indefinido.

A pesquisa conduzida não esgota as possibilidades de estudos acerca do tema. Mudanças tecnológicas que podem acontecer ao meio radiofônico no futuro demandam que as questões como aqui suscitadas sejam revistas e investigadas novamente, sob novos parâmetros tecnológicos e possíveis novas configurações do meio e sua audiência.

REFERÊNCIAS

BETTI, Juliana Gobbi; MEDITSCH, Eduardo. **O formato all-news no rádio brasileiro: importação, estranhamento e adaptação.** Disponível em <<http://bit.ly/ZPVIM6>>. Acesso em 20 ago 2012.



DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

LOPEZ, Debora Cristina. **Marcos tecnológico do radiojornalismo no Brasil: uma revisão histórica**. Disponível em < <http://bit.ly/11PkVoV>>. Acesso em 19 ago 2012.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução, análise**. Edição compacta, São Paulo: Atlas, 2007.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. **REVISTA USP**. São Paulo, n.56, p. 66-85, dezembro/fevereiro 2002-2003.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlantas, 1990.