



## **A implantação do sistema de rádio digital em emissoras da cidade de São Paulo: análise das possíveis mudanças em relação ao conteúdo jornalístico<sup>1</sup>**

Guilherme Bastos Nobre<sup>2</sup>

Universidade Presbiteriana Mackenzie

### **Resumo**

O trabalho apresenta o que está sendo feito sobre a mudança de conteúdo jornalístico radiofônico para a implantação do sistema digital de rádio em São Paulo. Foram contatados profissionais das Rádios Bandeirantes AM, BandNews FM, CBN São Paulo AM/FM, Jovem Pan AM e Eldorado AM. Também professores da disciplina radiojornalismo de faculdades de São Paulo, selecionados como público-ouvinte especializado. Há incompatibilidade das idéias entre os que dirigem e trabalham com o jornalismo nas emissoras e o público-ouvinte especializado. Nota-se falta de interesse de algumas empresas de comunicação quanto à mudança no conteúdo jornalístico para o rádio digital, por causa dos altos custos e também pouco acesso à discussão sobre como utilizar a tecnologia em benefício do jornalismo por parte dos professores.

### **Palavras-chave**

Conteúdo jornalístico; radiojornalismo; rádio digital.

A discussão sobre o que é a tecnologia digital para rádio e se a escolha será o sistema Europeu, ou Norte-Americano, ou Japonês é o objetivo geral desta pesquisa. Para isto, é preciso descobrir se as pessoas que trabalham com o radiojornalismo, ou seja, profissionais e o público-ouvinte especializado, estudam uma nova proposta de conteúdo jornalístico no sistema digital. Também se existe a possibilidade de não haver mudança quanto ao conteúdo jornalístico, assim como a desinformação e não participação por parte dos ouvintes em relação a este assunto. Ao pesquisar as emissoras de rádio foi possível diagnosticar o que está acontecendo, como será relatado a seguir.

O rádio é o meio de comunicação de massa mais rápido e dinâmico que existe diferente dos meios de comunicação impressos, que precisam de apuração, elaboração de um

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no III Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante do 8º semestre do curso de Jornalismo, orientado pela professora Mestre Lenize Villaça.



texto, diagramação, impressão e distribuição, isso se o repórter enviar a mensagem por *e-mail*, caso contrário terá de esperar que o jornalista chegue à redação para continuar o processo. Como abordado por Maria Elisa Porchat:

A facilidade de transportar um aparelho de rádio e o alcance de suas ondas sonoras fazem com que ele esteja em toda parte – dentro e fora de casa; no centro da cidade e no meio do campo. Acrescente-se a isso o fato de qualquer pessoa, mesmo analfabeta, poder escutar rádio. E, também o fato de isso poder ser feito a qualquer momento: quando se acorda, trabalha ou adormece. (1993, p. 99).

A televisão requer a montagem de aparatos tecnológicos no local do fato, *links*, o que podem ser complicados, dependendo das condições onde se instalam as câmeras, luzes e transmissores de vídeos, além de perder em velocidade, pois a transmissão somente de sons é mais rápida do que a de imagens e sons ao mesmo tempo.

A internet, apesar da dinâmica de atualizações de notícias, necessita de alguém para elaborar um texto, disponibilizar na rede mundial de computadores e que a população tenha computadores, o que eleva o tempo e o custo da operação.

Já no rádio, a informação pode ser transmitida do local do acontecimento, por telefone fixo ou celular, e a abrangência do sinal alcança o ouvinte em pontos mais distantes e longínquos que os outros meios de comunicação. Além disso, os aparelhos de transmissão radiofônica são menos complexos, a compra e a manutenção são de baixo custo, portanto mais em conta que o impresso, a televisão e a internet, “estando sua aquisição ao alcance de uma parcela muito maior da população”. (ORTRIWANO, 1985, p. 79).

Os aparelhos de recepção analógica possuem tecnologia simples e de baixo custo, permitindo a população de baixa renda obter um ou mais receptores. O Brasil possui, hoje, “4.305 estações de rádio, distribuídas em Ondas Curtas, Ondas Médias, Ondas Tropicais e em Frequência Modulada”<sup>3</sup>, segundo o balanço do primeiro semestre de 2003 do *site* da ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações.

Nesta pesquisa foram entrevistados os principais jornalistas das equipes de chefia das emissoras Bandeirantes, CBN São Paulo, Jovem Pan AM, e Eldorado AM. Apenas a Rádio BandNews FM não se manifestou para esclarecer a posição da emissora quanto às perspectivas para o futuro. Para debater as idéias deste trabalho, também foram

---

<sup>3</sup> Balanço do 1º semestre de 2003 – Radiodifusão - **Anatel**, São Paulo, nov. 2006. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Tools/frame.asp?link=/radiodifusao/graficosbalanco2003rd.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2006.



entrevistados professores da disciplina de radiojornalismo de 13 faculdades de jornalismo da cidade de São Paulo, que opinaram como público-ouvinte especializado das emissoras estudadas.

O objetivo principal é averiguar se as pessoas envolvidas com o radiojornalismo estão pensando, ou não, na mudança do conteúdo jornalístico com a implantação do sistema digital de rádio. Para isso foram determinadas as seguintes hipóteses: há possibilidade de mudança no conteúdo jornalístico, ou não, nas emissoras estudadas, a partir da implantação do sistema digital de rádio. A implantação do sistema digital de rádio está acontecendo com, ou sem, a consulta do público-ouvinte especializado e dos especialistas. Se aqueles que trabalham com o radiojornalismo estão mais preocupados com a tecnologia do que com o conteúdo jornalístico. E se com o sistema digital o rádio ficará mais democrático.

Um dos objetivos era entrevistar dois profissionais do departamento de chefia das emissoras estudadas por esta pesquisa. O percentual de 100% abrange as cinco emissoras e este trabalho conseguiu 70% do proposto, mas em relação à porcentagem de emissoras alcançadas passa para 90%.

Outro objetivo da pesquisa era entrevistar dois professores da disciplina de radiojornalismo de todas as faculdades da cidade de São Paulo, como forma de público-ouvinte especializado. Ao todo são 18 faculdades que possuem o curso de jornalismo com a disciplina de radiojornalismo e destas 13 responderam ao questionário. Na pesquisa descobriu-se que não são todas as faculdades que possuem dois professores na disciplina de radiojornalismo, assim como existem professores que ministram aulas em mais de uma faculdade, o que faz o número de público-ouvinte pesquisado diminuir de 26 para 18. Então para a análise dos números, temos 18 professores-ouvintes o que representa 100%. Esta monografia tentou entrevistar os 18 professores, destes 12, ou seja, 66,6% de público-ouvinte especializado responderam à pesquisa. Enquanto que 100% das faculdades são ao todo 18 instituições, foram alcançadas 13, o que representa 72,22%.

Foram feitas cinco questões para a equipe de chefia das emissoras e cinco questões para o público-ouvinte especializado (professores de radiojornalismo), para corroborar as hipóteses e atender aos objetivos da pesquisa.

A Rádio Bandeirantes, através do Chefe de jornalismo José Carlos Carboni, demonstrou bastante conhecimento em relação a tecnologia digital de transmissão e recepção, e respondeu que:

A Rádio Bandeirantes está preparada para isso, o som da Bandeirantes já é digitalizado. Ela investiu uma boa quantia no último ano e meio, adaptando a sua central técnica para a retransmissão digital. O problema do digital no Brasil é que os aparelhos são muito caros e poucos.<sup>4</sup>

E com referência aos resultados do teste, Carboni confirmou a qualidade do sistema, com a ressalva de que o mais importante era “ter o produto em série”.

Quanto à mudança de conteúdo jornalístico, a Rádio Bandeirantes está se preparando, com discussões mensais ou bimestrais, feitas pela chefia da emissora, visando preparar o profissional da Bandeirantes para o dia-a-dia quando o sistema estiver em rigor, mas tudo depende para se concretizar, que a quantidade de ouvintes ligados no rádio digital, seja economicamente viável, como explica Carboni:

A importância da digitalização está no produto final, o que vai para o ouvinte. Se ele não tiver o aparelho digital então não se pode conhecer e nem se beneficiar dos sub - canais que a digitalização do AM permite. Um Exemplo seria uma Rádio Bandeirantes em AM 840 a ou b ou c. Só que a questão editorial será tratada depois da popularização do sistema digital, nós já temos uma idéia, mas é preciso que esteja consolidada a irradiação digitalizada.

Uma das possibilidades de mudança no conteúdo jornalismo poderá ser a segmentação da Rádio Bandeirantes, então seriam feitas três emissoras em um mesmo canal, com programações diferentes, mas com o mesmo perfil da emissora atual. Carboni afirma que é discutida uma possível formação de emissoras que abordarão assuntos com mais detalhes e poderiam ser:

Uma programação em 840 linha A (Exemplo) só esportiva, na linha B só teatro e cinema e na linha C uma programação de economia doméstica. Já existe essa expertise, é só sentar com o grupo de criação e criar o conteúdo editorial para isso.

Mas é bom lembrar que essas hipóteses só serão concretizadas, quando a tecnologia estiver concluída, ou seja, os ouvintes tiverem os aparelhos digitais, por que a “Rádio Bandeirantes já possui estrutura para a transmissão em sistema digital”.

Quanto à democratização da informação com a tecnologia digital a Rádio Bandeirantes acha “que já é bastante democrático o rádio no Brasil com as participações dos ouvintes durante a programação”, segundo Carboni:

A partir do momento que a emissora tiver o interlocutor do outro lado vamos usar todas as ferramentas possíveis. A forma de comunicação, a entrada do ouvinte de uma maneira mais sistemática do que já é, o uso do celular para a aproximação, faz parte da nossa expectativa de utilização, mas tudo tem que ser

---

<sup>4</sup> Entrevista concedida ao autor em 15/02/2007.



experimentado, por enquanto de prático nós só temos o investimento que a emissora fez na digitalização.

E acrescenta que a “internet, por exemplo, acaba se transformando numa grande aliada do rádio, a digitalização vai ampliar esse lastro dentro do que é preciso ter agora”.

Maria Elisa Porchat *ombudsman* da Rádio Bandeirantes levanta mais uma hipótese que fortalecerá o jornalismo em rádio, segundo Porchat “o trabalho no rádio também será mais ágil. Isso tudo permitirá que o rádio cumpra melhor ainda seu papel de veículo prestador de serviços para o Cidadão”<sup>5</sup>.

A rádio BandNews FM, do mesmo grupo que a Rádio Bandeirantes, não se manifestou com relação ao questionário que norteia os objetivos desta monografia, portanto não será analisado se os que comandam o jornalismo na emissora estudam a mudança de conteúdo jornalístico, a democratização do jornalismo, e se não estão pensando só na tecnologia.

A Rádio CBN São Paulo não está motivada com a chegada do sistema digital de rádio, as discussões, ainda estão em torno da tecnologia, e pouco se falou no interesse em mudança de conteúdo jornalístico da emissora, como salienta Heródoto Barbeiro:

Isso é um Hardware, não um Software. O Software é o jornalismo, jornalismo é jornalismo em qualquer veículo. Não é porque o veículo passou a ser digital que se vai mexer no jornalismo. Seria um absurdo achar que uma mudança de qualidade do som pudesse interferir no jornalismo.<sup>6</sup>

Heródoto não acredita na possível segmentação da emissora, ao contrário da colega de trabalho Mariza Tavares que aponta a possibilidade de segmentação como um ganho para o ouvinte.

O grande diferencial no sistema digital é a possibilidade do multicasting, ou seja, a divisão de uma frequência em outros canais. A CBN FM em São Paulo, por exemplo, poderá vir a ter mais dois canais: além do noticiário que existe hoje, poderíamos oferecer duas novas emissoras com diferentes programações. Do ponto de vista do ouvinte, é um ganho de enormes proporções. Mas o mais importante nisso tudo vai ser sempre, a qualidade do conteúdo oferecido.<sup>7</sup>

Com relação ao que o jornalismo pode ficar mais democrático a CBN São Paulo, responde através de Heródoto Barbeiro e Mariza Tavares que a internet é a melhor forma de se democratizar a informação e que o rádio digital não comportará esse tipo de atividade, o que é hoje no analógico será no digital como explica Barbeiro: “isso

---

<sup>5</sup> Entrevista concedida ao autor em 23/02/2007.

<sup>6</sup> Entrevista concedida ao autor em 26/02/2007.

<sup>7</sup> Entrevista concedida ao autor em 7/03/2007.



independe do rádio digital, eu sempre trabalho com o Outlook aberto, mas a pessoa que está no trânsito não pode mandar um e-mail para mim”<sup>8</sup>.

A Rádio Jovem Pan AM, não fez testes com o sistema de rádio digital, o que não impedia de se estruturar jornalisticamente para a chegada da nova tecnologia. Poderiam ter estudado a segmentação, que pretende ser a grande mudança no jornalismo em rádio, poderiam ter discutido novas possibilidades de programação, tudo para oferecer para o ouvinte uma melhora no jornalismo e não só no áudio.

Segundo o chefe de redação da Jovem Pan Anchieta Filho, “a emissora não tem pressa para discutir o rádio digital”<sup>9</sup>. Para o diretor regional de jornalismo da Jovem Pan, Paulo Machado de Carvalho Neto as discussões ainda estão na fase da tecnologia. Segundo ele:

A produção deverá ser aprimorada, pois possíveis erros ou falhas, em função da excelente qualidade sonora, serão de imediato notadas. O profissional terá que aprimorar-se não só na nova tecnologia como e principalmente nos cuidados para dela utilizar-se. O mercado já necessita e necessitará cada vez mais de profissionais qualificados e preparados. O futuro da Comunicação Social estará nas “mãos” dos “profissionais excepcionais”. De “bons” o mercado já está repleto.<sup>10</sup>

Mas em contra partida há um fator positivo nas palavras de Paulo Machado de Carvalho Neto, quando se refere a melhora da participação do ouvinte na programação o que representa para o jornalismo um ganho já que a comunicação será mais democrática:

Para o ouvinte, cujo principal objetivo das emissoras de rádio é de atendê-lo e satisfazê-lo nas suas necessidades; haverá uma sensível melhora na qualidade sonora e na ausência de interferências na recepção, principalmente nas emissoras de AM. A interatividade ouvinte/emissoras far-se-á presente de uma maneira muito mais intensa que nos dias atuais – efetuará compras, músicas, darão opiniões, etc.<sup>11</sup>

Na Rádio Eldorado AM há bastante entusiasmo quanto ao que se pode fazer para agradar o ouvinte, na tecnologia digital, com mudança no jornalismo. Os testes foram bem vistos e as idéias já começam a surgir nas mentes dos profissionais da Eldorado. É o que explica Fernando Solano chefe de reportagem da emissora:

A gente tem uma esperança no rádio digital, é um caminho importante, a gente já se prepara há um bom tempo, não é de agora. Como a vinda do rádio digital vai ampliar a nossa rádio em três bandas. A Eldorado A, B e C, então nós temos mais três possibilidades de programação para o ouvinte, que poderá escolher,

---

<sup>8</sup> Entrevista concedida ao autor em 26/02/2007.

<sup>9</sup> Entrevista concedida ao autor em 20/03/2007.

<sup>10</sup> Entrevista concedida ao autor em 21/03/2007.

<sup>11</sup> Entrevista concedida ao autor em 21/03/2007.



por exemplo, a Eldorado tradicional de notícias, a Eldorado só de músicas e outra de músicas especiais. Então nós temos que nos preparar para essa demanda, temos que estar preparados para oferecer para os nossos ouvintes o melhor possível dentro dessas possibilidades.

Segundo Fernando Solano, a tecnologia não é tanto o problema, agora é preciso discutir como se vai cobrir a programação dos possíveis sub-canais que o sistema digital ofertará para as emissoras.

O que nós vamos ter que melhorar? Rádio é conteúdo mais plástica, não se pode ignorar um e não pode fazer só o outro. Nós vamos ter que aumentar o número de entrevistas, já que vamos ter três bandas, vamos ter que fazer rádio segmentada, pode até ser um desses canais para economia, um para finanças, um para política, outro para cidades, então vão abrir possibilidades de pensar uma programação mais abrangente, com mais tempo e mais espaço para o conteúdo mais específico. Vamos ter que triplicar a nossa programação jornalística, ou se não triplicar a produção, aproveitar melhor cada um dos produtos, vamos otimizar o que é produzido na rádio hoje.<sup>12</sup>

A Eldorado afirma que para estar no mercado disputado, como é hoje, tem que se adiantar no que se refere a evolução para não serem pegos desprevenidos.

Quanto à possibilidade de o rádio digital ficar mais democrático Fernando Solano explica que:

No primeiro momento não, o rádio digital vai vir caro, toda nova tecnologia é cara. A pessoa que vai ter esse tipo de programação é uma pessoa mais elitizada, com um status social diferenciado, que tem acesso a esse tipo de programação.

Eu já li que esse rádio digital irá vir 4 vezes mais caro que o comum, o grande público não terá acesso a isso no primeiro momento.

Num segundo passo do sistema digital, aí sim será mais democrático, porque nós poderemos ampliar na mesma rádio a programação podendo focar um pouco mais no seu ouvinte, uma atenção um pouco melhor para ele. Por exemplo: enquanto eu tenho um quadro, hoje de defesa do consumidor de 2 minutos, nós iremos poder ter um programa inteiro. Nós poderemos atrair um no tipo de ouvinte.

A Eldorado já tem transmissores novos prontos para se adaptarem ao sistema digital, agora precisam da definição do sistema para começar o trabalho. Os resultados da pesquisa estão na tabela:

---

<sup>12</sup> Entrevista concedida ao autor em 26/02/2007.



Objetivos / Emissoras	Rádio Bandeirantes	Rádio BandNews FM	Rádio Eldorado	Rádio CBN São Paulo	Rádio Jovem Pan
Fez testes de sistema digital de rádio	Sim	Não Respondeu	Sim	Sim	Não
Quais os resultados?	Bons	Não Respondeu	Bons	Insatisfatório	Não Fizeram testes
Está pensando na mudança de conteúdo jornalístico para a implantação do sistema de rádio digital	Tem boas perspectivas para a segmentação de conteúdo e faz reuniões bimestrais para discutir o assunto.	Não Respondeu	Tem boas perspectivas de segmentação do conteúdo, mas nada muito concreto.	Com a insatisfação da nova tecnologia, há um desânimo quanto à mudança de conteúdo.	Não tem pressa para discutir o sistema de rádio digital.
As perspectivas de novas programações jornalísticas oferecidas pela utilização do sistema digital de rádio	Depende que a tecnologia seja implantada para que obtenha audiência suficiente para discutir o assunto.	Não Respondeu	Há perspectivas boas, mas ainda não está no papel, são apenas idéias discutidas na redação	Pensa em uma possível implantação de outras programações, mas nada muito concreto, além de acreditar que pode não dar certo.	Não tem pressa para discutir o sistema de rádio digital
O sistema de rádio digital vai democratizar mais o acesso do ouvinte à informação?	O rádio já é democrático, mas tudo que for possível a Bandeirantes irá fazer para aumentar essa democracia	Não Respondeu	Em um primeiro momento não, mas com o tempo, quando a tecnologia estiver bem desenvolvida e utilizada, então a emissora poderá utilizar esse recurso	O rádio já é democrático, já temos a internet que possibilita essa interação. O rádio digital não vai melhorar em nisso.	A Jovem Pan acha que é muito cedo para essa discussão

Fonte: pesquisa realizada pelo autor entre os dias 02/02/2007 e 15/04/2007

Já na pesquisa com o público-ouvinte especializado descobriu-se que 100% dos entrevistados não foram consultados pelas autoridades competentes, para a escolha do sistema digital de rádio, ficando apenas a cargo do governo e dos principais grupos de comunicação. Esse fato é ressaltado pelo professor Álvaro Bufarah:

Evidentemente que não. Poucos foram os profissionais que participaram deste processo de escolha. Em suma, foram os mais próximos das emissoras e das empresas que pretendem atuar no mercado.<sup>13</sup>

Averiguou-se que o interesse, do público-ouvinte especializado, pelo rádio no sistema digital é de 100% dos entrevistados, mas como essas informações não são muito divulgadas pela grande mídia, então não existem certezas, por parte dos professores, de quais e quantas ao certo são as emissoras que estão fazendo testes. Um exemplo desse fato é que nenhum dos entrevistados citou que a Rádio Eldorado AM, uma das emissoras estudadas por este trabalho, já iniciou os testes do sistema digital de rádio.

Todos os professores entrevistados se queixaram do pouco caso que a mídia fez com o rádio digital, sendo, muitas vezes, necessário vasculhar os meios de comunicação para obter informações sobre o assunto, como explica o professor Marcelo Cardoso:

<sup>13</sup> Entrevista concedida ao autor em 17/03/2007.



A imprensa geral - como Folha, Estadão, emissoras de TV aberta, etc -, divulgou muito pouco tal processo e o fez somente quando lhe interessava. Ocorreu o mesmo com o processo de escolha na TV digital. As TVs abertas, por exemplo, defenderam com unhas e dentes a escolha do sistema japonês que, sem dúvida, as beneficiaria e, talvez por isso, não se empenharam em realizar reportagens mais esclarecedoras ao público.<sup>14</sup>

Existe a esperança que o sistema digital de rádio possa trazer, para a programação informativa das emissoras estudadas, a democratização da informação e a melhora do conteúdo jornalístico apresentado pelas mesmas. Isso só ocorre com 50% dos entrevistados como é o caso de Alberto Chammas:

Eu acredito não no potencial do meio rádio, mas sim do profissional jovem que esta saindo da universidade, vai depender deles, da criatividade deles, para que aconteça essa evolução no jornalismo.<sup>15</sup>

Ao contrário de Alberto Chammas, o professor Pedro Vaz salienta que as questões comerciais predominam e impedem qualquer democratização.

Penso que variada, diversificada, mas “mais democrática” não. Os poderes são muitos. Os interesses comerciais também. Hoje, sem rádio digital até que ponto vivemos uma democracia da informação? Por exemplo, uma grande empresa, patrocinadora no país, quando polui algum tipo de meio ambiente ou é condenada por isto, qual espaço terá na imprensa? Ela polui, mas patrocina.<sup>16</sup>

Quanto à mudança no conteúdo jornalístico, Pedro Vaz está descontente com o que é apresentado hoje e acredita não acontecer evolução nessa área, apenas na tecnologia.

Independente do sistema digital penso que as produções estão caminhando para maior agilidade, rapidez, viabilidade. Tudo muito rápido é prático na produção e transmissão. Porém, o que colocar em tanta tecnologia. Os conteúdos não estão acompanhando a evolução tecnológica. As reuniões de pauta parecem que não mais existem. Todos os principais veículos cobrem os mesmos fatos. Os comentários sobre estes são semelhantes assim como o tamanho do espaço para certos fatos, também na mesma proporção.

Os resultados desta pesquisa estão na tabela:

---

<sup>14</sup> Entrevista concedida ao autor em 17/02/2007.

<sup>15</sup> Entrevista concedida ao autor em 7/03/2007.

<sup>16</sup> Entrevista concedida ao autor em 22/02/2007.



<b>Objetivos/ Entrevistados</b>	<b>Professores de Radiojornalismo (Público – Ouvinte)</b>
<b>Quem foi consultado para a escolha do sistema de rádio digital</b>	100% dos professores não foram consultados
<b>Quem sabe quais as emissoras que estão fazendo testes com o sistema digital de rádio</b>	100% dos professores sabem que algumas emissoras fazem testes, mas a maioria não sabe exatamente quais e quantas emissoras, e os que sabem, exatamente, o que está acontecendo, é porque acompanham com detalhes pela posição que possuem como especialistas no assunto e não por serem ouvintes.
<b>Quem tem acompanhado em livros e/ou na imprensa os testes realizados com o sistema digital em São Paulo</b>	100% do público – ouvinte entrevistado não estão sendo informado pela mídia com detalhes, o máximo que divulgam é em relação à tecnologia e todos confirmam que há um descaso com o rádio digital, diferente do que acontece com a TV digital
<b>Quem acredita que com a implantação do sistema de rádio digital a programação informativa irá ficar mais democrática</b>	50% acreditam que não haverá melhora na democratização da informação, por motivos políticos e empresariais. 25% afirmam que haverá uma melhora na democratização por causa das novas possibilidades de interação, mas existem detalhes que não mudaram por causas empresariais. 16% acham que irá ficar mais democrática e que o rádio já é bastante democrático e 9% não sabem responder
<b>Perspectivas em relação a novas programações jornalísticas oferecidas pela utilização do sistema digital de rádio</b>	50% gostariam muito que houvesse transformações na programação jornalística, mas acreditam que isso não acontecerá efetivamente. 25% acham que é cedo para discutir o assunto, 16% afirmam que já estão acontecendo mudanças e que com a chegada da tecnologia, se dará com mais intensidade e 9% não tem perspectiva nenhuma.

*Fonte: pesquisa realizada pelo autor entre os dias 02/02/2007 e 15/04/2007*

### **Considerações finais:**

O meio de comunicação rádio tem como base de sucesso a maior proximidade de relação com o público e quando se fala em jornalismo para rádio essa proximidade, também, deveria ser no âmbito das informações e interatividade de opiniões.

Portanto, à chegada do sistema de rádio digital deveria ser também acrescentadas reflexões como estratégias de evolução no conteúdo jornalístico radiofônico e de conhecimento daqueles para quem se faz o jornalismo em rádio, ou seja, o público. Entretanto, pelo que foi pesquisado entre os profissionais que dirigem as emissoras de rádio de São Paulo estudadas por esta monografia, somados os resultados com as respostas das entrevistas com professores de faculdades de jornalismo da cidade de São Paulo, selecionados como público-ouvinte especializado descobriu-se que há um distanciamento entre o que pensam os dirigentes das emissoras e os professores.

O grupo intermediário nesta discussão é a chefia das emissoras que afirmam que o radiojornalismo já é democrático e tudo que vier com a nova tecnologia será para que o ouvinte possa ter maior acesso e participação nas notícias e opiniões, o que mostra um



ganho para o público e que fará o jornalismo em rádio ficar mais democrático, mas não identificam concretamente como isso ocorrerá.

É preciso ressaltar a falta de interesse e ânimo, em um primeiro momento, dos dirigentes da Jovem Pan em refletir sobre a mudança no conteúdo jornalístico para o rádio digital, nitidamente influenciados pelos altos custos dos testes.

Já as emissoras Bandeirantes e Eldorado e CBN São Paulo, esta através da diretora de jornalismo, apontam para uma maior segmentação da programação no sistema digital e conseqüentemente a ampliação do conteúdo que será transmitido, no entanto sem explicar como isto será realizado.

Por outro lado, os professores de radiojornalismo demonstram uma insatisfação em relação ao descaso por parte do governo e dos empresários da radiodifusão, ao não divulgarem e não explicarem com mais detalhes os trabalhos que estão sendo feitos para a implantação do sistema digital de rádio e por só transmitirem aquilo que é de interesse dos empresários da comunicação, o que se torna um entrave na democratização do radiojornalismo, logo resultando no desconhecimento do público com a implantação do rádio digital.

Apesar disso, a esperança é mantida entre os professores, por afirmarem que existem profissionais no mercado que estão pensando na melhora do jornalismo radiofônico, sem deixar de lembrar o receio que sentem por causa das questões empresariais e a possibilidade das emissoras não seguirem as diretrizes que fazem do radiojornalismo o mais próximo da população.

Em relação à tecnologia todas as emissoras reforçam que estão preparadas para a implantação completa do novo sistema de transmissão e recepção, além de estarem inteirados com o assunto e explicarem os problemas e soluções que a mesma oferece nos testes, reforçando a hipótese de que os pensamentos estão voltados mais para a área tecnológica do que para a prática do jornalismo em si.

Mesmo com essas iniciativas percebe-se que os entrevistados estão sem modelos para utilizá-los como referência. No caso dos professores, por falta de divulgação e dos profissionais de radiojornalismo e empresários da radiodifusão, por conta dos altos custos que envolvem os testes.

Conclui-se então que há um primeiro caminho percorrido sobre possíveis mudanças no conteúdo jornalístico para o rádio digital nas emissoras Bandeirantes, Eldorado e CBN São Paulo, enquanto que na Jovem Pan a discussão está mais no campo da tecnologia.



Se esta situação persistir, a democratização do rádio poderá ocorrer, mas não em um futuro próximo, retardando mais uma vez a democratização da comunicação no país.

### **Referências Bibliográficas:**

BARBERO, Jesús Martín. *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonia*. ed. México: Gustavo Gili, 1987.

CHANTLER, Paul e HARRIS, Sim. *Radiojornalismo*. ed. São Paulo: Summus, 1998.

CALABRE, Lia. *A Era do Rádio*. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

FILHO, André Barbosa; PIOVESAN, Angelo e BENETON, Rosana (Org). *Rádio Sintonia do Futuro*. ed. São Paulo: Paulinas, 2004.

FEDERICO, M. E. *História da Comunicação – Rádio e TV no Brasil*. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1982.

JUNG, Milton. *Jornalismo de Rádio*. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2005.

KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom. *Elementos do Jornalismo*. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LIMA, Paulo Rodolfo e BARBEIRO, Heródoto. *Manual de radiojornalismo*. 3.ed. São Paulo: Campus, 2001.

MEDITSCH, Eduardo. *O Rádio na Era da Informação*. ed. Florianópolis: Insular e Ed. da UFSC, 2001.

MCLEISH, Robert. *Produção em Rádio*. 2.ed. São Paulo: Summus, 2000.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 9.ed. São Paulo: Cultrix, 1998.

NEGROPONTE, Nichola. *A vida digital*. 2.ed. São Paulo: Companhia das letras, 1995.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A Informação no Rádio*. 4.ed. São Paulo: Summus, 1985.



PARADA, Marcelo. *Rádio 24 horas de Jornalismo*, 2.ed. São Paulo: Panda Books, 2000.

PRADO, Magali. *Produção de rádio. Um manual prático. Um guia para profissionais, professores e alunos*. ed. Campus/Elsevier, 2006.

PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de radiojornalismo Jovem Pan*. 3.ed. São Paulo: Ática, 1993.

VIGIL, José Ignacio López. *Manual Urgente para Radialistas Apaixonados*. 2.ed. São Paulo: Paulinas, 2004.

REGIS, Lenize Villaça. O Rádio e o Fluxo da Informação Global – O Desafio do Jornalista no Início do Século XXI. *Revista Mackenzie – Educação, Arte e História da Cultura*, São Paulo, ano 2, n.2, p.107-10, 2002.

REGIS, Lenize Villaça. Radiojornalismo na Era Digital: Internet como Fonte de Notícias na Rádio CBN. 2002. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. 179p.

VILLAÇA, Lenize et al. Testes do Padrão de Rádio Digital, Grupo de Pesquisadores de São Paulo, Capital. In: INTERCOM – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29., 2006, Brasília. *Anais...* Brasília-DF: UnB, 4 a 9 set. 2006. 1 CD-ROM.

#### **Fontes na Internet:**

<http://magalyprado.blog.uol.com.br/index.html>

<http://www.anatel.gov.br>

<http://www.carosouvintes.com.br/index>

<http://www.radiocbn.com.br>

<http://cbn.globoradio.globo.com/cbn/>

<http://www.band.com.br/70anos/carnaval.asp>

<http://radiobandeirantes.terra.com.br/programas.asp>

<http://www.radiobandnewsfm.com.br>

<http://www.radioeldorado.com.br>

<http://www.radioeldoradoam.com.br/programacao/>

<http://www.radioeldorado.com.br/FM/HISTORIA/INDEX.HTM>

<http://jovempan.uol.com.br>

<http://jovempan.uol.com.br/jpamnew/sobre/institucional.php>

<http://jovempan.uol.com.br/jpamnew/sobre/programacao.php>

[http://telesintese.ig.com.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=145&Itemid=105](http://telesintese.ig.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=145&Itemid=105)

<http://www.wikipedia.com.br>